МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ФАКУЛЬТЕТ ІНОЗЕМНОЇ ФІЛОЛОГІЇ
КАФЕДРА РОМАНСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ І ПЕРЕКЛАДУ

Кваліфікаційна робота
магістра

на тему **ЕТИКЕТНІ СИТУАЦІЇ «ВІТАННЯ» ТА «ЗАПРОШЕННЯ» В ІСПАНСЬКІЙ ЛІНГВОКУЛЬТУРІ**

Виконала: студентка 2 курсу,
групи 8.0354-і
спеціальності 035 Філологія
спеціалізації 035.051 Романські мови
та літератури (переклад включно),
перша – іспанська
освітньо-професійної програми
Мова і література (іспанська)
Довганюк Ксенія Олегівна

Керівник к.ф.н., доц. Третяк Ю. Ю.

Рецензент к.ф.н., доц. Тєлкова О. В.

Запоріжжя – 2025

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет іноземної філології _____
Кафедра романської філології і перекладу_____
Освітній рівень магістр_____
Спеціальність 035 Філологія_____
Спеціалізація 035.05 Романські мови та літератури (переклад включно), перша – іспанська
Освітня програма Мова і література (іспанська)_____

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри_____
_____
«___»_____ 2025 року

З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ МАГІСТРА
ДОВГАНЮК КСЕНІЇ ОЛЕГІВНІ
(прізвище, імя, по батькові)

1. Тема кваліфікаційної роботи магістра (проєкту) «Етикетні ситуації «вітання» та «запрошення» в іспанській лінгвокультурі

Керівник кваліфікаційної роботи (проєкту) Третяк Юлія Юріївна к.ф.н., доцент
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)
затверджені наказом ЗНУ від «20» березня 2025 року № 425-с

2. Строк подання студентом кваліфікаційної роботи (проєкту) 07 грудня 2025 р.

3. Вихідні дані до кваліфікаційної роботи (проєкту)
теоретичні засади мовленнєвого етикету як лінгвістичного явища; лексикографічний та прагматичний опис формул мовленнєвого етикету; культурологічні параметри етикетної поведінки; художні, публіцистичні та розмовні тексти сучасної іспанської мови; електронний лінгвістичний корпус іспанської мови CORPES XXI.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити):
1) здійснити огляд теоретичних джерел із проблематики мовленнєвого етикету та етикетних ситуацій; 2) провести лексикографічний, контекстуальний і прагматичний аналіз етикетних формул «вітання» та «запрошення»; 3) визначити структурні, семантичні та функціональні характеристики етикетних ситуацій «вітання» та «запрошення» в іспанській лінгвокультурі.

5. Консультація розділів кваліфікаційної роботи (проєкту)

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Вступ	Третяк Ю. Ю., к.ф.н., доц.	7.04.2025	28.04.2025
Розділ 1	Третяк Ю. Ю., к.ф.н., доц.	23.05.2025	25.06.2025
Розділ 2	Третяк Ю. Ю., к.ф.н., доц.	26.06.2025	26.09.2025
Висновки	Третяк Ю. Ю., к.ф.н., доц.	10.11.2025	17.11.2025

6. Дата видачі завдання _____

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ Зп	Назва етапів кваліфікаційної роботи магістра	Строк виконання етапів роботи (проєкту)	Примітка
1.	Пошук наукових джерел з теми дослідження, їх аналіз	лютий 2025	виконано
2.	Добір фактичного матеріалу	березень 2025	виконано
3.	Написання вступу	квітень 2025	виконано
4.	Написання теоретичного розділу	травень 2025	виконано
5.	Написання практичного розділу	червень 2025	виконано
6.	Формулювання висновків	листопад 2025	виконано
7.	Проходження нормоконтролю	листопад 2025	виконано
8.	Одержання відгуку та рецензії	грудень 2025	виконано
9.	Захист	грудень 2025	виконано

Автор роботи несе персональну відповідальність за відсутність в роботі несанкціонованих текстових запозичень (академічного плагіату)

Магістрант _____ ___К. О. Довганюк__
(підпис) (ініціали та прізвище)

Керівник роботи _____ ____Ю. Ю. Третяк___
(підпис) (ініціали та прізвище)

Нормоконтроль пройдено
Нормоконтролер _____ ____О. В. Тєлкова___
(підпис) (ініціали та прізвище

РЕФЕРАТ

Дипломна робота – 67 стор., 56 джерел.

Об'єкт дослідження: етикетні ситуації «вітання» та «запрошення» в іспанській лінгвокультурі.

Мета роботи: лінгво-прагматичний аналіз етикетних ситуацій «вітання» та «запрошення» в іспанській лінгвокультурі та виявлення їхніх структурних, семантичних і функціональних особливостей.

Теоретико-методологічні засади: ключові положення теорії комунікативної прагматики, лінгвокультурології, соціолінгвістики та семіотики (Ф. Бацевич, О. Селіванова, Я. Радевич-Винницький, П. Браун, С. Левінсон, Е. Гоффман, А. Вежбицька та ін.).

Отримані результати: у першому розділі систематизовано теоретичні засади мовленнєвого етикету як знакової системи; уточнено поняття «етикет», «мовленнєвий етикет», «ввічливість» та «ритуал» і обґрунтовано необхідність їхнього розмежування. Проаналізовано функції мовленнєвого етикету, його універсальні та культурно-специфічні знаки, визначено особливості етикетного простору та параметри етикетної ситуації. Розглянуто роль соціальних, прагматичних та культурних чинників у формуванні моделей етикетної поведінки в іспанському мовному середовищі. Визначено типологію етикетних ситуацій повсякденного спілкування та окреслено методологію їх дослідження. У другому розділі проведено комплексний аналіз сучасних формул реалізації етикетних ситуацій «вітання» та «запрошення» у іспанській лінгвокультурі. На матеріалі художніх текстів іспанських та латиноамериканських письменників, а також на основі даних корпусу CORPES XXI (70 діалогів) описано найчастотніші мовні моделі вітання та запрошення, їх прагматичні функції, структурні різновиди та контекстуально зумовлені варіації. Було встановлено, що іспаномовні формули вітання мають

широкий спектр емоційно-експресивних засобів, демонструють тенденцію до підвищеної теплоті й відкритості, тоді як формули запрошення реалізують як пряму, так і непряму прагматику, тісно пов’язану з культурними нормами гостинності, близькості та соціальної гармонії. Виявлено типові вербальні і невербальні маркери, що супроводжують ці етикетні ситуації та описано їхню роль у конструюванні міжособистісної взаємодії. У результаті аналізу окреслено ключові культурні параметри формування етикетних стратегій в іспанській мовній спільноті та визначено їх специфічні риси у порівнянні з універсальними моделями етикетної поведінки.

Ключові слова: *мовленнєвий етикет, етикетна ситуація, ввічливість, ритуал, лінгвокультурологія, вітання, запрошення, формули етикету, невербальна комунікація, комунікативна прагматика.*

ЗМІСТ

ВСТУП..... 5

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ МОВЛЕННЄВОГО ЕТИКЕТУ..... 9

1.1 Мовленнєвий етикет як система регуляції соціокультурної взаємодії 9

1.2 Особливості етикету як знакової системи. Універсальні й культурно-специфічні етикетні знаки..... 17

1.3 Поняття і структура етикетного простору. Етикет як невід'ємний елемент комунікативного процесу..... 23

1.3.1 Комунікативна ситуація та етикетна ситуація: диференціація понять .. 23

1.3.2 Етикетні ситуації повсякденного спілкування (виявлення та методологія дослідження)..... 26

РОЗДІЛ 2. АКТУАЛІЗАЦІЯ ЕТИКЕТНИХ СИТУАЦІЙ «ВІТАННЯ» ТА «ЗАПРОШЕННЯ» В ІСПАНСЬКІЙ ЛІНГВОКУЛЬТУРІ 32

2.1 Особливості актуалізації етикетної ситуації «вітання» в іспанській лінгвокультурі..... 32

2.1.1 Моделі оформлення етикетної ситуації «вітання» в іспаномовному середовищі 32

2.1.2 Сучасні етикетні формули відповіді на іспаномовне вітання 39

2.2. Особливості актуалізації етикетної ситуації «запрошення» в іспанській лінгвокультурі..... 42

2.2.1 Моделі оформлення етикетної ситуації запрошення в умовах статусної нерівності 42

2.2.2 Етикетна ситуація «запрошення» з позиції умов симетричних відносин 47

2.2.3 Сучасні етикетні формули позитивної та негативної реакції на запрошення в іспаномовному середовищі 53

ВИСНОВКИ 57

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ 62

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ 66

ВСТУП

Етикет належить до тих складових будь-якої національної культури, зокрема й іспанської, що привертають особливу увагу лінгвістів, оскільки саме етикетні норми є невід'ємною частиною мовної поведінки людини, визначають соціальні ролі учасників спілкування та забезпечують гармонійність комунікативного процесу. Мовленнєвий етикет – це не лише система формул ввічливості, а й відображення культурних традицій, світогляду та цінностей певного народу, що робить його важливим об'єктом лінгвокультурологічних досліджень.

Значна кількість етикетних формул представлена не лише у повсякденному спілкуванні іспанців, але й зафіксована у художній літературі, засобах масової інформації, офіційному та неформальному мовленні. Особливої уваги заслуговують етикетні ситуації вітання та запрошення, адже саме вони є одними з найпоширеніших у процесі комунікації та відкривають або підтримують соціальний контакт між співрозмовниками.

Детальним дослідженням мовленнєвого етикету займалися як українські, так і зарубіжні лінгвісти, серед яких О. Селіванова, Ф. Бацевич, Ю. Дерев'янко, Я. Радевич-Винницький, а також Е. Гоффман, А. Вежбицька, П. Браун, С. Левінсон, Дж. Ліч. В іспанській лінгвокультурі етикетні висловлення мають яскраво виражене емоційне забарвлення, що зумовлено темпераментом, відкритістю та комунікабельністю іспанців, а також національними традиціями та соціальними нормами.

Попри значний інтерес до проблематики мовленнєвого етикету та велику кількість присвячених йому наукових праць, у лінгвістиці досі залишаються дискусійними питання щодо класифікації етикетних формул, їх семантичних особливостей, прагматичних функцій та лінгвокультурної специфіки.

Актуальність цього дослідження обумовлена активізацією наукового інтересу до національно-культурних особливостей мислення та поведінки в

умовах глобалізації та інтенсивного розвитку міжкультурних контактів, а також необхідністю узагальнення та систематизації фактів, що розкривають етнокультурні особливості комунікативної поведінки представників іспанської лінгвокультури.

Наукова новизна здобутих результатів полягає в тому, що в роботі конкретизовано поняття «етикет», «мовленнєвий етикет», «ввічливість» та обґрунтовано необхідність їхнього розмежування; встановлено спільні ознаки різних повсякденних етикетних ситуацій; виявлено чинники, що впливають на ступінь ритуалізованості повсякденного спілкування; розвинено класифікацію повсякденних етикетних ситуацій за ступенем їх ритуалізованості; з'ясовано залежність актуалізації стереотипних ситуацій та мовленнєвих засобів їхнього оформлення від типу відповідної культури.

Об'єктом дослідження є етикетні ситуації «вітання» та «запрошення» в іспанській лінгвокультурі.

Предметом дослідження є лінгвостилістичні засоби реалізації етикетних ситуацій «вітання» та «запрошення».

Метою дослідження є лінгво-прагматичний аналіз етикетних ситуацій «вітання» та «запрошення» та дослідження їх реалізації засобами сучасної іспанської мови.

Для дослідження поставленої мети необхідно вирішити наступні **завдання**:

1) дати визначення терміну «етикет» та «етикетна ситуація»;

2) розглянути диференціацію між поняттям мовленнєвого етикету та суміжними йому поняттями ввічливість та ритуал;

3) проаналізувати особливості етикету як знакової системи;

4) з'ясувати особливості універсальних та культурно-специфічних етикетних знаків;

5) розкрити сутність поняття «етикетний простір» та його роль у структурі комунікативного процесу;

6) виявити національні особливості реалізації етикетної ситуації вітання через призму культури та комунікативної свідомості іспанського етносу;

7) описати особливості функціонування сучасних формул етикетної ситуації запрошення в іспанській лінгвокультурі.

Матеріалом дослідження стали автентичні приклади етикетних ситуацій «вітання» та «запрошення» в іспанській лінгвокультурі. Збір мовного матеріалу відбувався на базі творів іспанських та латиноамериканських письменників, таких як: A. M. Matute, Fr. García Pavón, E. Pardo Bazán, C. Lagos, P. Martín Lora-Tamayo. Крім цього до аналізу залучено зразки діалогів, зафіксованих у корпусі CORPES XXI, що дозволило відтворити реальні моделі мовленнєвої поведінки. В цілому було проаналізовано близько 70 діалогів іспанською мовою.

Методи дослідження. Дослідження здійснювалось на основі використання таких методів та прийомів: лінгвістичного спостереження та його аналізу, методу суцільної вибірки й описового методу для інвентаризації та інтерпретації етикетних ситуацій, методу аналізу словникових дефініцій та методу контекстологічного аналізу для ідентифікації етикетних ситуацій та функціонування тих чи інших етикетних знаків в їх межах.

Практична значущість дослідження полягає у можливості використання його результатів під час проведення семінарських занять з лексикології та практичних занять з іспанської мови.

Робота пройшла апробацію на 2х науково-практичних студентських конференціях. Результати дослідження представлено у 2 публікаціях:

1. Третяк Ю. Ю., Довганюк К. О. Мовленнєвий акт запрошення та його реалізація засобами іспанської мови. *Нова філологія*. Запоріжжя : Видавничий дім «Гельветика», 2025. № 98. С. 143-150. DOI https://doi.org/10.26661/2414-1135-2025-98

2. Довганюк К. О., Третяк Ю. Ю. Сучасні моделі оформлення етикетної ситуації «вітання» в іспанській лінгвокультурі. *Іноземна філологія у XXI*

столітті : зб. тез доп. міжнар. наук.-практ. конф., м. Запоріжжя, 14 листопада 2025 р. Запоріжжя, 2025. С. 50–53.

Структура роботи: дослідження складається зі вступу, двох розділів, висновків та списку використаної літератури.

У вступі подано загальні відомості про дану наукову працю, починаючи від умотивування теми, мети, завдань, актуальності дослідження, визначення об’єкту, предмету та структурування роботи.

У першому розділі подаються загальні відомості про мовленнєвий етикет, розглядаються його основні функції і характерні риси як знакової системи, структурні та семантичні особливості, а також визначаються місце й роль етикетних ситуацій у системі комунікативної взаємодії.

Другий розділ містить власний аналіз сучасних формул реалізації етикетних ситуацій «вітання» та «запрошення» в іспанській лінгвокультурі.

У висновках подано узагальнені результати проведеної роботи.

Загальна кількість сторінок 67, кількість використаних джерел 56.

РОЗДІЛ 1
ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ МОВЛЕННЄВОГО ЕТИКЕТУ

1.1 Мовленнєвий етикет як система регуляції соціокультурної взаємодії

Етикет є багатогранним явищем, яке знаходить своє вивчення в різних наукових дисциплінах, а саме в таких як: філософія, культурологія, психологія, історія, соціологія та ін. Кожна з цих дисциплін акцентує увагу на певному аспекті етикету, висвітлюючи його як складову моральних норм, що регулюють поведінку людини у конкретному культурному середовищі. Загалом, накопичений досвід досліджень дозволяє розглядати етикет як систему встановлених правил взаємодії, яка формується та розвивається паралельно із розвитком суспільства.

Етикет виступає важливим компонентом комунікативної практики, адже він визначає стандарти поведінки та взаємодії, забезпечує гармонійність спілкування та сприяє збереженню соціального порядку. Це не лише набір зовнішніх норм, але й відображення внутрішніх моральних і культурних цінностей, які сприяють формуванню позитивного іміджу особистості та підтриманню стабільних соціальних зв’язків. Таким чином, етикет стає ключовим чинником у процесі регулювання міжособистісних стосунків, що допомагає забезпечити взаємну повагу і розуміння серед членів суспільства [Манакін 2012, с. 173].

Оскільки етикет є різноаспектим явищем, він охоплює як соціальні, так і культурні аспекти людської взаємодії. Різні дослідники пропонують власні підходи до визначення цього поняття, що дозволяє розглядати етикет як систему норм поведінки, засіб регуляції комунікації та відображення культурної спадщини [Фабіан 2014, с. 8].

За К. Кобченком етикет розуміється як система нормативних правил, що регулюють поведінку особи у різних соціальних ситуаціях. За його словами, етикет включає як формальні норми, затверджені суспільством, так і неформальні традиції, що передаються з покоління в покоління [Кобченко 2009, с. 17]. Такий підхід дозволяє розглядати етикет як комплекс правил, що визначають «правильний» спосіб взаємодії, враховуючи соціальний статус, культурну приналежність та історичні традиції.

Деякі дослідники розглядають етикет з точки зору комунікативної ефективності. Зелінська Н. В. підкреслює, що етикетні норми виконують регулятивну функцію, завдяки якій забезпечується гармонійність і зрозумілість міжособистісної комунікації. Етикет, за Зелінською, виступає як засіб створення сприятливого контексту для передачі інформації, що сприяє зниженню рівня можливих конфліктів і непорозумінь [Зелінська 2013, с. 49].

З культурологічної точки зору, етикет є відображенням культурної ідентичності суспільства. Монахов В. В. акцентує увагу на тому, що етикет відображає систему цінностей, традицій і норм, притаманних конкретній культурі. У цьому контексті етикет не просто регулює зовнішню поведінку, а й формує образ людини в очах інших, сприяє створенню позитивного іміджу та підтриманню соціальної гармонії [Монахов 2010, с. 87]. Такої саме думки дотримується Реймонд Вільямс у своїй праці “Culture and Society”, він розглядає етикет як один із механізмів, за допомогою яких суспільство виражає свої моральні та культурні цінності. Він наголошує, що правила етикету формуються історично і виконують не лише регулятивну функцію, але й сприяють формуванню соціальної самосвідомості та ідентичності індивідів [Williams 1961, p. 44].

Важливо також зазначити, що сучасні дослідження в галузі соціолінгвістики вказують на те, що поняття етикету є динамічним і постійно еволюціонує під впливом соціальних змін. У цьому контексті етикет розглядається не як статичний набір правил, а як живий механізм, який

адаптується до нових умов, поєднуючи формальні та неформальні норми взаємодії [Колосова 2012, с. 32].

Однак уявлення про етикет не може обмежуватися лише описом зафіксованих норм, які регулюють індивідуальну поведінку згідно із соціальними вимогами. Етикет включає і стандарти мовної взаємодії комунікантів. З цієї причини було запроваджено термін «мовленнєвий етикет», який зазвичай трактують як комплекс мовних дій, елементів національної культури, набір паралінгвістичних знаків та систему мовних формул, що організовують процес спілкування [Williams 1961, p. 45].

Слід зазначити, що вагомий внесок у розвиток мовленнєвого етикету зробили мовознавці Б. Антоненко-Давидович, Є. Чак, М. Лесюк у своїх працях подали практичні поради щодо правильного слововживання, розподіляючи їх за мовними рівнями та сферами функціонування, створили реєстри ненормативних слів і словосполучень і їх правильних відповідників. У працях В. Воробйова, В. Гака, В. Карасика, Ю. Кузьменкової, Т. Ларіної, В. Сафонової, І. Стерніна, Н. Фірсової, В. Адач, А. Вежбицької, Дж. Астона, М. Бенетта, С. Брета, Е. Т. Холла та ін. наголошено, що особливості іншомовної мовленнєвої поведінки і комунікації залежать від національних культурних традицій певного народу, засобом відображення яких у мовленні виступає мовленнєвий етикет [Рябчук 2021, с. 22].

Вартим уваги є підхід до визначення мовленнєвого етикету Е. Гоффмана, який у своєї праці *“The Presentation of Self in Everyday Life”* підкреслює, що повсякденне спілкування можна розглядати як сценічну діяльність, де люди, виконуючи ролі акторів, керуються неформальними правилами поведінки, що становлять певний вид мовленнєвого етикету. Ці неписані правила визначають, як індивіди представляють себе у суспільстві та як очікується, що вони поводитимуться у різних ситуаціях [Goffman 1959, p. 19].

За «Словником лінгвістичних термінів» Д. І. Ганича та І. С. Олійника: «мовленнєвий етикет – це національно специфічні правила мовної поведінки, які реалізуються в системі стійких формул і виразів, що рекомендуються для

використання в різних ситуаціях ввічливого контакту зі співбесідником, зокрема під час привітання, знайомства, звернення до співбесідника, висловлення подяки, прощання тощо» [Ганич, Олійник 1985, с. 133]. В цей час іспаномовні словники надають таке трактування терміну мовленнєвому етикету: *"es el conjunto de normas y convenciones sociales que rigen el uso adecuado del lenguaje en contextos comunicativos específicos, reflejando valores culturales y sociales de una comunidad."* [RAE]. Це визначення підкреслює, що мовленнєвий етикет — це набір соціальних норм і конвенцій, які регулюють належне використання мови в певних комунікативних контекстах, відображаючи культурні та соціальні цінності спільноти.

У більш вузькому розумінні мовленнєвий етикет розглядається як система стійких мовних формул та певних вербальних актів, які використовуються у встановлених комунікативних ситуаціях (привітання, прощання, вибачення, подяка тощо). Цей підхід фокусується виключно на мовних засобах, які забезпечують регулювання спілкування за конкретними сценаріями [Касіян 2013, с. 58].

За Н. Формановською мовленнєвий етикет визначається як «система національно зумовлених стереотипних формул, що використовуються у визначених ситуаціях для встановлення, підтримки або завершення контакту». Таке визначення підкреслює формалізм та фіксованість мовних конструкцій, які є обов'язковими у конкретних соціальних взаємодіях [цит. за Касіян 2013, с. 58].

Також дослідження П. Брауна та С. Левінсона вказують, що частина стратегій ввічливості, що є складовою вузького розуміння мовленнєвого етикету, ґрунтується на використанні стандартизованих мовних форм, які дозволяють мінімізувати загрози для «обличчя» (face) співрозмовників, забезпечуючи тим самим передбачуваність комунікативного процесу [Brown, Levinson 1987, p. 14].

Широке розуміння мовленнєвого етикету виходить за рамки лише формальних мовних актів і охоплює комплекс культурно зумовлених норм, що

регулюють як вербальну, так і невербальну комунікацію. За таким підходом, мовленнєвий етикет включає не лише стійкі мовні формули, а й інтонаційні, жестові та мімічні засоби, які відображають загальнокультурні норми поведінки [Радевич-Винницький 2006, с. 245].

Зокрема, Я. Радевич-Винницький підкреслює, що мовленнєвий етикет у широкому сенсі є відображенням загальнокультурних норм і цінностей суспільства. Він визначає його як комплекс засобів, через які суспільство виражає свої моральні та соціальні вимоги, що виявляються як у вербальній, так і в невербальній взаємодії [Радевич-Винницький 2006, с. 246]. Таким чином, мовленнєвий етикет у широкому розумінні сприяє формуванню соціального порядку, забезпечує взаємну повагу та підтримує гармонійність міжособистісних стосунків.

З наведених вище визначень можна зробити висновок про сутність та важливість мовленнєвого етикету, а саме варто підкреслити той факт, що дотримання його правил допомагає успішно встановити контакт зі співрозмовником, породжує довіру та доброзичливе ставлення мовців одне до одного. Встановлення контакту між співрозмовниками – це одна з ключових функцій мовленнєвого етикету.

Поняття мовленнєвого етикету зазвичай співвідноситься з поняттям ввічливості. Дослідники П. Браун та С. Левінсон вводять поняття позитивної та негативної ввічливості й наголошують, що в межах мовленнєвої етикетної ситуації діє універсальний принцип ввічливості, який спонукає комунікантів вживати відповідні правила чемності, а також належні засоби їх актуалізації [Brown, Levinson 1987, p. 10]. За твердженням Дж. Ліча, етикетна комунікація спирається на принципи ввічливості, що передбачають симпатію та визнання співрозмовниками один одного. Цілком очевидно, що між поняттями «мовленнєвий етикет» та «ввічливість» існує тісний зв’язок, хоча повністю вони не збігаються [Leech 2014, p. 343].

З одного боку, ввічливість є проявом поваги до партнера з комунікації, з іншого – експлікує соціальну та комунікативну компетенції людини, а також

обумовлює морально-етичні цінності в міжособистісних взаємодіях. Ввічливість може реалізовуватися як у вербальних, так і у невербальних діях. Як правило, вона охоплює повсякденне спілкування, створюючи найбільш сприятливу атмосферу для комунікативної взаємодії між людьми. На відміну від ввічливості, етикет обмежений вживанням лише в певних соціальних групах або за певних обставин. Саме тому лінгвісти виділяють різні види етикету: етикет ділового спілкування, дипломатичний етикет тощо, – коли на перший план виходить актуалізація власного соціального статусу щодо статусу партнера [Окулова 2020, с. 132].

Ввічливість називають «технічною мовою» (О. Бехагель) або «субмовою» (Дж. Хелд), адже вона передбачає вживання певних лінгвальних форм, функцією яких є актуалізація конвенціональної поведінки і реалізація ввічливого спілкування. Етикет являє собою сукупність правил поведінки, що стосуються зовнішнього прояву ставлення до людей (форма звертання і вітання, поведінка у громадських місцях, манери тощо), тоді як мовленнєвий етикет являє собою сукупність словесних форм чемності, ввічливості. [Окулова 2020, с. 133].

На думку Л. Гнатюк ввічливість є базовим компонентом мовленнєвого етикету, адже вона регламентує поведінку мовця відповідно до соціально прийнятних норм, допомагає уникати конфліктів і підтримує гармонійність комунікації. Якщо ввічливість є здебільшого особистісною, внутрішньо мотивованою рисою (етико-психологічною категорією), то мовленнєвий етикет виступає нормативно закріпленою формою реалізації ввічливості у мовленні, тобто є соціальною формою мовної поведінки [Гнатюк 2013, с. 214].

З вищенаведених тверджень можна зробити наступний висновок, що ввічливість на відміну від етикету, є універсальною категорією, що притаманна будь-якому народу. Однак вона має власні національно-специфічні риси, що відображається у виборі певних формул етикету. Крім того, мовленнєвий етикет виконує регулятивну функцію у спілкуванні та формує стандарти поведінки, у той час як ввічливість – це мотивація до вибору

конкретних мовних засобів, таких як звертання, прохання, подяка, вибачення тощо. Незважаючи на відмінності між поняттями «ввічливість» та «етикет», які є дуже схожими, слід зазначити, що обидва ці поняття спрямовані на створення сприятливої атмосфери спілкування та гармонійного перебігу комунікації.

Заслуговує на увагу той факт, що досить частотною є проблематика співвідношення етикету та ритуалу. Вона належить до міждисциплінарного поля досліджень, яке охоплює лінгвістику, культурологію, соціологію та філософію комунікації. Обидва явища відіграють важливу роль у процесі стереотипізації мовленнєвої поведінки, забезпечуючи сталість і передбачуваність соціальної взаємодії [Афанасьєва 2021, с. 57].

В той час як під поняттям етикету зазвичай розуміють сукупність норм, що регламентують поведінку індивідів у суспільстві, включаючи мовленнєві формули ввічливості, вербальні та невербальні прояви шанобливості, ритуал розглядається як система повторюваних дій, що мають символічне значення. Він є носієм культурної пам’яті та засобом закріплення соціальних норм. Як зазначає О. Семенець, ритуали – це «кодифіковані дії, які зумовлені традицією та виконують функцію збереження колективного досвіду» [цит. за Нівня 2018, с. 90].

Насамперед, поняття «ритуал» має складну і багатошарову структуру, що відображає різноманітні підходи до його інтерпретації в межах різних дисциплін. Загалом ритуал визначається як особливий вид комунікації, спосіб виявлення глибинних суджень про світ, який поєднує сакральне і світське, формальне й емоційне, індивідуальне й колективне. Дослідник Р. Бредлі підкреслює, що ритуал реалізується за допомогою суворо передбачених жестів, висловлень, дій, іноді через музику або танець, і часто має чітко визначене місце й час проведення [Bradley 2003, p. 5].

У науковому дискурсі ритуал осмислюється як соціальний факт, здатний впливати на індивіда і підтримувати колективні уявлення, вірування, емоційні

стани. Згідно з Е. Дюркгаймом, ритуали – це не просто набір дій, а засіб вираження і відтворення колективної дійсності [Дюркгайм 2002, с. 13].

У свою чергу, Р. Раппапорт розглядає ритуал як універсальне культурне явище, що не лише щось повідомляє, але й щось здійснює – діє у світі й перетворює його. Це також підкреслюється в етимології терміну, який походить від санскритського рита – «порядок», «істина», «священний обряд» [Афанасьєва 2021, с. 58].

Таким чином, ритуал відзначається високим рівнем формалізації, фіксованістю структури та повторюваністю дій. За визначенням В. Г. Ніколаєва, це упорядкована символічна поведінка, яка є соціально санкціонованою та передбачуваною, а її спосіб виконання часто не піддається раціональному поясненню з точки зору доцільності. Саме це дозволяє ототожнювати ритуал з такими близькими поняттями, як обряд, церемонія, звичай, етикет [Афанасьєва 2015, с. 48].

Різні дослідники надають пріоритет тим чи іншим ознакам ритуалу, для одних ритуал – це відтворення космогонічних міфів, акт повернення до первинного порядку, натомість К. Рівьєр вбачає ритуальність у повсякденних діях, таких як контроль квитків в аеропорту, а Е. Ліч акцентує увагу на естетичному та комунікативному аспекті дії, яка не має суто утилітарної мети [Leach 1970, p. 11].

Сучасні підходи (К. Хамфрі, Дж. Лейдлоу) трактують ритуал як якість дії, а не тип подій, тобто будь-яка дія може бути ритуалізованою, якщо її виконання відзначається повторюваністю, формальністю та символізмом [Humphrey, Laidlaw 1994, p. 3].

Підсумовуючи, можна визначити ритуал як історично сформовану, соціально обумовлену символічну практику, що має комунікативну, емоційну та регулятивну функції. Він сприяє гармонізації соціального простору, впорядковує взаємодію індивідів, відтворює культурну ідентичність та цінності спільноти.

Виходячи з вищенаведеного етикет зосереджується на повсякденних нормах поведінки, які можуть змінюватися залежно від соціального контексту та часу. В свою чергу ритуал має більш стабільну структуру та часто пов'язаний з традиціями, релігійними обрядами або культурними звичаями, що передаються з покоління в покоління [Нівня 2018, с. 124].

Водночас, між етикетом і ритуалом спостерігається тісний зв'язок: багато етикетних норм походять саме з ритуалів, зокрема це стосується привітань, подяк, вибачень. Як пише Ю. Дерев'янко, «мовленнєвий етикет часто реалізується через ритуалізовані моделі поведінки, які мають чітко встановлену форму та послідовність» [Дерев'янко 2017, с. 44].

Таким чином, етикет та ритуал у комунікації перебувають у складній взаємодії. Етикет формує набір норм і правил, а ритуал – їх символічну форму та традиційне оформлення. У процесі стереотипізації спілкування ці два елементи взаємодіють, створюючи передбачувані моделі поведінки, що полегшують комунікацію, підтримують соціальний лад і виражають культурні цінності.

1.2 Особливості етикету як знакової системи. Універсальні й культурно-специфічні етикетні знаки

Етикет у сучасній лінгвістиці дедалі частіше розглядається не лише як набір соціальних норм поведінки, а як семіотично організована система. У цьому контексті він функціонує як структурована модель, що включає як мовні (вербальні), так і невербальні (жести, пози, інтонації тощо) знаки, які виконують комунікативні, регулятивні, соціальні функції у взаємодії між учасниками спілкування.

Згідно з концепцією Ю. М. Дерев'янко, мовленнєвий етикет – це «спеціально організована система знаків, яка забезпечує соціально прийнятну

форму вираження мовленнєвих намірів» [Дерев'янко 2016, с. 61]. Тобто, мовленнєві формули етикету – це не просто мовні одиниці, а знакові маркери соціальних ролей, стосунків, статусу, які дозволяють уникати комунікативних збоїв.

Позицію Дерев'янко підтримують також С. Гусєва та О. Ковальчук, які підкреслюють, що в культурному плані етикет виконує індексальну функцію, вказуючи на соціальну ієрархію, рівень дистанції між мовцями, контекст ситуації та ступінь офіційності [Гусєва, Ковальчук 2020, с. 33].

Як відзначає І. О. Ківенко, кожна формула мовленнєвого етикету складається з двох ключових компонентів: формального (лексико-граматичного) і семантико-прагматичного. Перший забезпечує синтаксичну структуру (напр., «чи не могли б Ви…»), другий – реалізацію ввічливої інтенції в конкретному контексті [Ківенко 2018, с. 103].

Крім того, формула має іллокутивну силу (висловлення наміру мовця) і перлокутивний ефект (очікувана реакція адресата), що особливо важливо для комунікативної ефективності. Наприклад, вибір між *"Espera!"* та *"¿Puedes esperarme por favor?"* формально ці два вирази означають одне й те саме, але знаково реалізують зовсім різні рівні соціального ставлення, ввічливості, поваги [Bravo 2001, p. 46].

Вважаємо за доцільним підкреслити той факт, що як будь-яка система, мовленнєвий етикет виконує певну низку функцій. Таким чином, дослідники виділяють шість основних функцій: фатичну, конотативну, регулятивну, імперативну, апелятивну та емотивну.

Перша з них фатична, тобто контактна функція полягає у налагодженні контакту та підтриманні спілкування між співрозмовниками. З цією метою використовуються сталі вирази для вираження вітання чи прощання, які створюють атмосферу шани та приязності під час комунікації [Шаповалова, Майборода 2022, с. 77].

Конотативна, тобто функція ввічливості – вираження почуттів та емоцій за допомогою вербальних та невербальних засобів спілкування, при цьому

дотримуючись ввічливої поведінки та певної дистанції між співрозмовниками [Біляк 2011, с. 38].

Регулятивна функція – використання етикетних норм спілкування в конкретній ситуації для упорядкування дій учасників комунікації, дотримання субординації й тактовності між ними [Косенко 2011, с. 134].

Імперативна, тобто функція впливу – застосовується для спонукання співрозмовника до певної дії або реакції. Вона реалізується, в основному, через використання етикетних формул поради, прохання, наказів та заборони [Косенко 2011, с. 135].

Апелятивна або звертальна функція – основана на зверненні до співбесідника для отримання відповіді чи реакції від нього. Вона схожа на імперативну функцію, оскільки також має на меті вплинути на іншу людину накази, прохання або інструкції [Біляк 2011, с. 38].

Емотивна, тобто емоційно-експресивна функція – полягає у вираженні власних емоцій, почуттів або настрою і реалізується за допомогою етикетних формул похвали, компліменту, співчуття, вибачення [Біляк 2011, с. 39].

Крім цього, особливу роль етикет відіграє у формуванні моральної культури особистості. Як наголошують мовознавці, засвоєння норм мовленнєвого етикету є необхідною навичкою для кожного члена суспільства, оскільки саме ці норми забезпечують цивілізоване функціонування соціальних зв’язків – від побутових до політичних [Шаповалова, Майборода 2022, с. 77].

В цілому, усі функції мовленнєвого етикету існують на основі комунікативної функції мови. Існування вказаних функцій доводить, що мовленнєвий етикет не є якимось випадковим чи несуттєвим явищем, а навпаки представляє собою своєрідний механізм, лише з допомогою якого може відбуватися ефективна комунікація.

Зокрема, одна з основних ознак знакової системи – стереотипність. Вона забезпечує передбачуваність, зручність і автоматизм комунікативної поведінки. Як вказує Н. Л. Соколова, «етикетні формули відтворюються у «готовому» вигляді, зберігаючи сталість лексичної та граматичної структури»

[Соколова 2015, с. 128]. Унаслідок цього вони легко кодуються в пам'яті мовця як блоки мовленнєвих кліше, подібно до «граматичних команд» у мові програмування. Наприклад в іспанській мові такі формули, як *"Muchas gracias", "Por favor", "Lo siento mucho"* є лінгвістично стандартизованими одиницями, які забезпечують соціальну злагоду в спілкуванні.

Етикет виступає механізмом репрезентації соціальних ролей, де знакова форма (мова, звертання, інтонація) підкреслює ідентичність мовця. У різних контекстах одна й та сама людина може виступати як учень, батько, працівник, громадянин тощо – і кожна роль має відповідні етикетні правила. Наприклад, учень звертається до вчителя *"Señora María"*, а вдома до матері – *"mamá"*. Обидві форми є знаковими маркерами, що визначають тип стосунків і ступінь офіційності. Цей підхід базується на принципі рольової динаміки за Ервіном Гоффманом, який підкреслював, що мовлення є не просто засобом передачі змісту, а способом «презентації себе» у соціумі [Goffman 1959, p. 19].

Оскільки етикет є універсальним феноменом, він як знакова система включає не лише структурно організовані формули, але й значну кількість змістових, прагматичних і культурних компонентів. Однією з важливих класифікаційних ознак етикетних засобів є поділ на універсальні та культурно-специфічні знаки [Радевич-Винницький 2006, с. 156].

Варто наголосити на тому, що універсальні етикетні знаки – це мовні та невербальні одиниці, що зустрічаються майже у всіх мовах світу і мають подібні функції: привітання, подяка, вибачення, прощання, звертання з проханням. Такі одиниці є результатом базових комунікативних потреб людини і не залежать від конкретного культурного середовища [Bravo 2001, p. 45].

Як зазначає іспанський дослідник М. Е. Пласенсія, універсальні етикетні формули забезпечують первинну регуляцію контактів і виконують роль «глобальних маркерів ввічливості», необхідних для збереження соціальної гармонії в будь- якому суспільстві. Вони найчастіше реалізуються у вигляді стереотипних словосполучень типу *"gracias", "perdóname", "por favor"* тощо.

Проте в межах універсального спостерігається значна культурна варіативність. Саме тому доцільно говорити про культурно-специфічні етикетні знаки, що відображають національну мовну картину світу. Кожна культура має власні формули, що можуть бути не лише мовними, але й інтонаційно-граматичними, ритуальними, символічними [Placencia 2003, p. 22].

Наприклад, в українській традиції звертання через ім'я по батькові або використання зменшувально-пестливих форм («пані Марійко», «Іваночку») виконує важливу етикетну функцію, яка не має прямого еквівалента у багатьох інших мовах. У японській мові система етикету передбачає не тільки багатство форм ввічливого мовлення (кейго), але й суворе дотримання ієрархії [Гусєва, Ковальчук 2020, с. 35]. Аналогічні явища спостерігаються в іспанській культурі, де використання форм *"usted"* і *"tú"* регулює дистанцію між співрозмовниками, а також у французькій, де важливу роль відіграє тон голосу, посмішка та невербальна поведінка. Таким чином можна стверджувати, що ступінь усталеності і частотності використання етикетних кліше прямо корелює з рівнем мовленнєвої ввічливості в культурі. Чим більше кліше, тим вища ймовірність відповідності мовлення етикетним нормам [Гусєва, Ковальчук 2020, с. 36].

Важливо, що правила існують і діють незалежно від соціального статусу взаємодіючих суб'єктів, від типу політичної системи тощо. Разом з цим етикет вербальної та невербальної поведінки залежить від соціокультурної ідентичності комунікантів, оскільки різні сфери соціальної взаємодії передбачають певний набір правил неконфліктного спілкування. Система етикетних правил змінюється у часі, доповнюється новими елементами, які можуть заміняти застарілі форми. Історична стабільність чи варіативність етикетних правил залежить від швидкості та глибини історичних змін, які тривають у суспільстві [Волкотруб 2002, с. 37].

Сьогодні можна спостерігати суттєві зміни в етикетних нормах звертання, так наприклад, в українському етикеті за останні роки помітно знизилася

частота уживання повних форм звертання, які складаються з імені та по батькові, що пов'язано з прагненням адресанта максимально наблизитися до адресата, зробити спілкування дружнім, зменшити напруженість та збільшити ступінь довіри. Варіативність етикетних настанов помітна в синхронії. Загальні правила етикету (яких дотримуються всі члени суспільства), доповнюються корпоративними правилами спілкування (яких дотримуються члени конкретних соціальних груп). Наприклад, королівський етикет вельми регламентований [Čechová 2015, p. 46].

Правила дипломатичного етикету чітко визначають офіційну поведінку учасників дипломатичних прийомів, візитів, переговорів [Чугаєнко 2011, с. 10]. Від точності дотримання етикетних правил залежить престиж країни, яку представляють дипломати та інші працівники посольства: дипломатичний протокол – «це сукупність загальноприйнятих правил, традицій і умовностей, яких дотримуються керівники держав і урядів, відомства закордонних справ, дипломатичні і торговельні представництва, офіційні особи в міжнародному спілкуванні. Грамотний протокол і сучасний дипломатичний етикет створюють сприятливий клімат для спілкування, підвищують престиж не лише дипломатичного відомства, але і держави в цілому [Чугаєнко 2011, с. 8].

Сучасний етикет регламентує вербальну й невербальну поведінку не тільки на церемоніях, офіційних прийомах і зустрічах, а й поведінку на вулиці, в гостях, на службі, у побуті. Зазначимо, що недотримання правил етикету ускладнює спілкування, стимулює неповагу, викликає негативне ставлення до співрозмовника. Переконливі докази знаходимо у зіставному дослідженні А. Вежбицької [Wierzbicka 1985, p. 145]. Дослідниця порівнює вираження запрошення, прохання, поради, незадоволення, здивування, невпевненості засобами англійської та польської мов. А. Вежбицька з'ясувала, що відмінності у засобах та структурах вербального оформлення мовленнєвих актів повсякденного спілкування англійською та польською мовою спричинені культурними відмінностями ***(****"language-specific < culture-specific"*), тобто культурними настановами мовців на спонтанність, прямоту,

інтимність та сердечність спілкування або, навпаки, на опосередкованість, дистанціювання, толерантність та антидогматизм. Як зазначає дослідниця, засоби етикетного спілкування обираються швидше відповідно до культурних преференцій мовців, ніж до загальних норм ввічливості [Wierzbicka 1985, p. 147].

Як підсумок, культурно-специфічні етикетні знаки відіграють ключову роль у відтворенні національних комунікативних стратегій і є потужним інструментом презентації ідентичності мовців. Універсальні знаки забезпечують мінімальний базовий рівень взаєморозуміння, тоді як культурно-специфічні формують унікальний стиль мовленнєвої поведінки.

1.3 Поняття і структура етикетного простору. Етикет як невід'ємний елемент комунікативного процесу

1.3.1 Комунікативна ситуація та етикетна ситуація: диференціація понять. Етикетне спілкування, по суті, супроводжує майже кожен акт мовлення, за винятком випадків, що належать до сфер комунікативних табу, адже будь-яка форма взаємодії без дотримання певних норм є неможливою. Взаєморозуміння між співрозмовниками досягається завдяки реалізації конкретних комунікативних ситуацій.

Як зауважує О. О. Селіванова, поняття комунікативної ситуації вирізняється такими рисами, як «замкненість, цілісність, системність, а також динамічний характер дії» [Селіванова 2011, с. 39]. Відтак, її можна трактувати як різновид спілкування, що функціонує у контексті взаємодії як об'єктивних, так і суб'єктивних чинників, які постійно змінюються. Уточнення структури комунікативної ситуації передбачає з'ясування тих елементів, які безпосередньо впливають на перебіг спілкування. Наприклад, Ф. С. Бацевич вважає, що до неї входять «учасники комунікації <…>, між якими виникає

міжособистісна взаємодія. Саме комунікативна ситуація впливає на мовленнєву поведінку, визначаючи реалізацію намірів через відповідну комунікативну стратегію й тактику» [Бацевич 2009, с. 337]. Отже, її можна розглядати як результат взаємодії позицій співрозмовників, а на їхню поведінку, у свою чергу, впливають певні потреби та комунікативні наміри [Матушевська 2020, с. 170].

За думкою І. Ю. Шкіцької, комунікативна ситуація є цілісною системою, що формується під дією об'єктивних (місце, час, соціальний статус, культурні традиції) та суб'єктивних (мовленнєві наміри, психоемоційний стан, мовна компетенція) факторів. Ця структура має властивості цілісності, системності, динаміки, які разом з контекстом та учасниками визначають мовленнєву активність. Така ситуація визначає жанр спілкування (науковий, публіцистичний, офіційний, дружній), тематику, обсяг інформації та вибір мовних засобів [Шкіцька 2014, с. 75].

Крім цього, варто звернути увагу на визначення, запропоноване Н. Ю. Куравською, що наголощує на тому, що комунікативна ситуація є комплексом зовнішніх умов спілкування та внутрішніх станів комунікантів, що породжує мовлення, а з іншого – відображається у мовленні [Куравська 2017, с. 42]. Дане твердження робить акцент на інтегративній ролі комунікативної ситуації як генератора мовленнєвої дії.

В межах ситуації відбувається реалізація комунікативного акту – одиничного мовного вчинку (репліки, повідомлення, виступу), спрямованого на досягнення конкретної мети. Цей акт – результат взаємодії комунікативної інтенції та контексту. Наприклад, наукова доповідь, агітаційний виступ чи дружня репліка реалізують різні наміри мовця – інформувати, переконати, підтримати стосунки [Матушевська 2020, с. 170].

Окремо варто наголосити на розмежуванні таких понять, як «комунікативна ситуація» та «комунікативний акт». Перше з них є передумовою для реалізації другого: якщо комунікативна ситуація охоплює сукупність умов, які створюють можливість для комунікативного акту, то сам

акт – це одинична мовленнєва дія, яка формується у межах визначеної ситуації. У процесі такого акту співрозмовники керуються нормами мовленнєвого етикету [Федоренко 2020, с. 66]. Його структура складається з мовленнєвих дій, кожна з яких передбачає використання певних мовних засобів, обумовлених контекстом ситуації. До таких дій належать, зокрема, висловлювання, репліки, доповіді тощо. Їхній характер залежить від умов комунікації: наприклад, доповідь може мати науковий, публіцистичний чи навіть агітаційний характер. Крім того, будь-який мовленнєвий акт ініціюється інтенцією мовця – прагненням вступити в контакт, обмінятися думками, задовольнити професійні або соціальні потреби чи налагодити міжособистісні стосунки. Простіше кажучи, комунікативна ситуація задає рамки, в яких формується акт: її структурні параметри впливають на форму, стиль, обсяг і засоби висловлення) [Рябчук 2021, с. 34].

Таким чином, поняття комунікативної ситуації охоплює інші – зокрема, комунікативний акт, мовленнєву дію, інтенцію мовця – і виявляється ключовим у розумінні процесу спілкування. Варто зауважити, що комунікація не відбувається у вакуумі: для неї завжди необхідні учасники, певне місце та час, які, разом із діями та актами, становлять невід’ємні складові комунікативної ситуації.

Особливим різновидом такої ситуації є етикетна ситуація, яка виникає за умов дотримання правил ввічливості та комунікативної коректності. При цьому важливу роль відіграють як спільні, так і відмінні характеристики між співрозмовниками. Соціальний та мовленнєвий статуси учасників значною мірою формують модель побудови етикетної взаємодії. На думку Т. Козлової, хоча саме відмінності між комунікантами можуть визначати рівень дотримання етикету [Козлова 2020, с. 70], однак не менш значущими є й спільні ознаки. Наприклад, під час неформального святкового вітання друга або подруги цілком доречно використовувати менш офіційні форми, що відповідають невимушеному стилю спілкування.

Інакше кажучи, загальноприйняті етикетні норми мають адаптуватися до конкретного контексту: хто, де, коли й з якою метою вступає в комунікацію. У дослідженні, присвяченому буденній етикетній взаємодії, Т. Козлова визначає ще низку важливих складників такої ситуації: це не лише адресати, час і місце події, а й інтенції учасників, тобто їхнє прагнення відповідати соціокультурним нормам, а також засоби взаємодії (вербальні та невербальні) і правила етикету – зокрема, вибір мовних засобів і послідовність їх застосування [Козлова 2020, с. 73].

Варто зазначити, що в етикетній ситуації ключову роль виконують такі чинники як: соціальні ролі й статуси комунікантів, час і місце (святковий або офіційний контекст, традиції), етикетні формули (звертання, привітання, подяки, вибачення), вербальні й невербальні засоби (інтонація, жести, дистанція), а також мовленнєва інтенція, зорієнтована на встановлення ввічливих, культурних взаємин [Яшенкова 2010, с. 70].

Отже. комунікативна ситуація охоплює широкий спектр умов комунікації: мету, інтенцію, контекст, учасників, структуру, жанр, мовні засоби. Етикетна ситуація – це її специфічна форма, в якій до загальних умов додаються чіткі мовні й невербальні правила ввічливості. У таких умовах спілкування набуває соціальної та культурної значущості, адже включає етичний вимір взаємодії.

1.3.2 Етикетні ситуації повсякденного спілкування (виявлення та методологія дослідження). Повсякденне спілкування охоплює широкий спектр комунікативних ситуацій, у межах яких мовці дотримуються усталених норм мовленнєвого етикету. Ввічливість, пошанливість, тактовність, уміння доречно висловити подяку, звернутися чи попрощатися є невід’ємними ознаками культури мовлення. Як зазначають дослідники, мовний етикет об’єднує в собі не лише мовну поведінку, а й загальну культуру спілкування,

адже головним його завданням є створення приємного комунікативного клімату [Шаповалова, Майборода 2022, с. 75].

Необхідно звернути увагу на те, що етикет охоплює як офіційне, так і неофіційне спілкування, стосується як ділових комунікацій, так і побутових взаємодій у сімейному колі, серед друзів, у соціальному просторі загалом. Етикетні ситуації повсякденного спілкування є динамічними, варіативними та іноді позбавленими чітко окресленої мети, оскільки інформативність і фатичність у таких взаємодіях часто переважають над досягненням конкретного результату [Козлова 2020, с. 72].

Ключовим є те, що етикетні ситуації реалізуються у щоденній практиці індивідів, проте не обмежуються лише рутинними діями, виконання яких є добре відомими та автоматизованими. Повсякденне життя людини є не тільки сферою буденності, а й вмістилищем культурних форм, у яких реалізуються соціальні ролі, цінності й моделі поведінки. Саме тому етикет у повсякденному спілкуванні виконує функцію регулятора соціалізації, адаптуючи індивіда до загальноприйнятих норм культури [Козлова 2020, с. 72].

Варто зазначити, що етикетні ситуації в діловій сфері, як-от наради, переговори, підписання контрактів, скарги чи запрошення, мають багато спільного з повсякденними ситуаціями – вітанням, прощанням, проханням, вибаченням, несхваленням. Спільною рисою для обох сфер є стереотипність комунікативних дій, які реалізуються в межах соціально прийнятної поведінки [Чугаєнко 2011, с. 121].

Важливою характеристикою етикетних ситуацій є ступінь їх ритуалізованості, що визначає рівень формалізації мовленнєвої та немовленнєвої поведінки комунікантів. На думку Козлової, можна виокремити чотири основні типи етикетних ситуацій за критерієм частотності й ритуалізованості:

1. Щоденні етикетні ситуації – це ситуації з найнижчим рівнем ритуалізованості, які часто повторюються: привітання при зустрічі, прощання,

знайомство. Вони реалізуються автоматизовано, однак залишаються важливою складовою соціального контакту.

2. Оказіональні етикетні ситуації – включають прийом гостей, привітання з досягненням або іншою подією. Їхня формалізація вища, а частота – нижча, ніж у щоденних ситуаціях.

3. Святкові етикетні ситуації – пов'язані з циклічними подіями (день народження, свята), мають усталену форму, що забезпечує певну традиційність у способах взаємодії.

4. Церемоніальні етикетні ситуації – це високо ритуалізовані дії, які відбуваються з нагоди важливих життєвих подій (весілля, заручини, вручення нагород). Вони передбачають суворе дотримання норм поведінки, дрес-коду, часової структури тощо [Козлова 2020, с. 78].

Таким чином, типологія етикетних ситуацій повсякденного спілкування дозволяє зрозуміти багатовимірність мовленнєвого етикету в повсякденному спілкуванні. Різноманіття таких ситуацій обумовлює багатство мовних і невербальних засобів, що забезпечують неконфліктне, культурно вмотивоване спілкування. А отже, дослідження етикетних ситуацій вимагає чіткого методологічного підходу, врахування контексту, частотності вживання та ступеня формалізації поведінки мовців.

Очевидно, що дослідження етикетних ситуацій вимагає системного підходу, який поєднує кількісні та якісні методи збору даних. Серед найпоширеніших підходів:

1. Спостереження – фіксація реальних комунікативних актів у різних соціальних контекстах (сім'я, школа, робоче середовище). Дозволяє виявити частотність реалізації типових етикетних дій, а також оцінити їхню ритуалізованість.

2. Анкетування та опитування – збір даних про власний досвід комунікації респондентів, оцінку ними правильності та доречності певних етикетних моделей. Метод допомагає визначити соціальні норми та очікування мовців [Шаповалова, Майборода 2022, с. 79].

3. Аналіз мовних корпусів – дослідження прикладів автентичних текстів та діалогів з CORPES XXI, а також публічних виступів, онлайн-комунікації для виявлення стереотипних та повторюваних етикетних формул.

4. Експериментальні методи – моделювання комунікативних ситуацій із метою оцінки реакцій мовців у стандартних та нестандартних умовах. Це дозволяє вивчати адаптивність і варіативність етикетних моделей [Шаповалова, Майборода 2022, с. 80].

У процесі дослідження етикетних ситуацій важливо враховувати соціальні параметри учасників спілкування: вік, стать, освітній рівень, соціальний статус, характер стосунків. Також до уваги беруть контекст ситуації (офіційний чи неофіційний, святковий чи буденний), що дозволяє комплексно оцінити ступінь ритуалізованості та функціональні особливості етикету [Афанасьєв 2003, с. 293].

Оскільки етикетні ситуації мають певну структуру та варіативність, зумовлену вищенаведеними чинниками, у межах повсякденного спілкування вирізняють ситуації встановлення, підтримання та припинення контакту [Афанасьєв 2003, с. 295]. До першої групи належать знайомство, звертання та привітання, до другої – подяка, прохання, вибачення, комплімент, а до третьої – прощання, побажання.

Вважаємо доречним навести декілька прикладів етикетних ситуацій повсякденного спілкування. Зазначені нижче формули виконують важливу роль у регулюванні соціальних відносин, сприяючи підтриманню позитивного іміджу мовця та встановленню взаєморозуміння. Так, до етикетних формул привітання в іспанській мові належать: *«¡Buenos días!», «¡Buenas tardes!», «¡Buenas noches!», «¡Hola!»*. Еквівалетними формами яких в українській мові є: «Доброго ранку!», «Добрий день!», «Вітаю!». Вибір форми залежить від ситуації, часу доби та соціального статусу співрозмовника. Наприклад, у разі входу до приміщення етикетною нормою є вітатися першим, незалежно від віку чи статі [Bravo 2001, p. 45].

Важливо підкреслити, що звертання виконує функцію привернення уваги адресата і сигналізує про характер стосунків. Звертання як в іспанській, так і в українській мовах мають усталену систему: *«señor», «señora», «señorita», «don», «doña», «amigo»*; «пані», «пане», «друже», «колего», «добродію. Наведені етикетні форми використовуються залежно від ступеня формальності, близькості стосунків та ситуації спілкування. Із моменту встановлення контакту часто виникає потреба у формулюванні прохання: «*Por favor», «Le ruego», «¿Podría ayudarme…?», «Le agradecería si pudiera…»*; Будь ласка», «Прошу Вас», «Чи можу звернутися до Вас із проханням…». У разі вчинення помилки чи потреби у вибаченні вживають такі одиниці, як: *«Perdón», «Disculpe», «Lo siento», «Mil disculpas»*; «Вибачте», «Пробачте», «Даруйте», «Перепрошую» [Шаповалова, Майборода 2022, с. 75].

Завершення спілкування передбачає вживання відповідних формул прощання: *«Adiós», «Hasta luego», «Nos vemos», «Cuídese»;* «До побачення!», «До зустрічі!», «Прощавайте!». Крім цього, разом із формулами прощання частотно використовуються побажання: *«¡Buena suerte!», «¡Feliz día!», «¡Que tenga un buen viaje!»*; Успіхів вам!», «Щасливої дороги!». Такі вислови не лише завершують комунікативний акт, але й виконують функцію емоційної підтримки та закріплення позитивного враження про мовця [Placencia 2003, p. 23].

Серед іншого, етикетною ситуацією повсякденного спілкування є згода, що слугує підтвердженням прийняття думки чи пропозиції співрозмовника. Частотними формулами є: *«Sí», «De acuerdo», «Tiene razón», «Por supuesto»;* «Так», «Згоден», «Безперечно», «Ви маєте рацію». Необхідно також звернути увагу на етикетну ситуацію заперечення, яка використовуються для відмови або вираження незгоди. Найбільш поширеними прикладами є: *«No», «No estoy de acuerdo», «Lo lamento, pero no», «No puede ser»*; «Ні», «Я не згоден», «Ви помиляєтеся», «Про це не може бути й мови». Важливо зазначити той факт що, аби відмова була більш ввічливою, використовують пом’якшувальні словами. [Dumas 2007, p. 72].

Отже, дослідження етикетних ситуацій вимагає комплексного підходу, що поєднує спостереження, анкетування, аналіз мовних корпусів та експериментальні методи. Виявлення етикетних ситуацій враховує соціальні параметри учасників, контекст спілкування та функціональні завдання взаємодії. Таким чином, етикетні ситуації забезпечують культурно вмотивоване, неконфліктне спілкування та сприяють соціалізації мовця.

РОЗДІЛ 2
АКТУАЛІЗАЦІЯ ЕТИКЕТНИХ СИТУАЦІЙ «ВІТАННЯ» ТА «ЗАПРОШЕННЯ» В ІСПАНСЬКІЙ ЛІНГВОКУЛЬТУРІ

2.1 Особливості актуалізації етикетної ситуації «вітання» в іспанській лінгвокультурі

2.1.1 Моделі оформлення етикетної ситуації «вітання» в іспаномовному середовищі.

Етикетна ситуація «вітання» у мовленнєвій культурі іспанців вирізняється широким спектром комунікативних стратегій та функціональною варіативністю. Привітання в іспанській мові не обмежується формальним обміном вітальними репліками, а часто передбачає додаткові питання про життя, здоров'я, справи, родину співрозмовника. Це свідчить про особливу роль ввічливості, турботи та емоційної залученості у міжособистісному спілкуванні. Далі у роботі ми розглянемо різнорідні приклади, а саме формальних, неформальних, сімейних, щоденно-побутових та масових етикетних ситуацій вітання.

Аналіз ілюстративного матеріалу дає змогу стверджувати, що найчастіше етикетна ситуація вітання в іспанській мові оформлюється за допомогою загальноіспанських формул вітання, які за своєю структурою можна класифікувати на повні та скорочені.

До найпоширеніших повних формул належать:

¡Buenos días! – «Доброго ранку!» (уживається до 12.00)

¡Buenas tardes! – «Добрий день!» (з 12.00 до настання темряви)

¡Buenas noches! – «Добрий вечір!» (у вечірній час)

Ці формули є стилістично нейтральними, застосовуються як у формальних, так і в неформальних ситуаціях та не характеризуються соціальною дистанцією між комунікантами.

Здається логічним навести ілюстративні приклади даних моделей іспаномовного вітання в різних контекстах:

– ***Buenas tardes**, ¿dónde puedo localizar a don Sebastián?*
– *Acaba de salir, pero si quiere llamarle, le doy su número de teléfono.*
– ***¡Buenas noches a todos!***
– *¡Buenas noches!*

Варто зазначити, що особливістю наведених етикетних формул є те, що вони часто функціонують не лише як ініціальні репліки привітання, а й як відповідні реакції на вже сказане. Таким чином, вітання у спілкуванні набуває діалогічного характеру: перша репліка ініціює контакт, а друга — підтримує його та створює атмосферу взаємності.

– ***¡Buenos días!***
– *¡Hola, **buenos días!** [Fr. García Pavón].*
– *Buenas tardes, señor, ¿qué desea?*
– *Buenas tardes, ¿tiene jersey de lana virgen?*
– *Sí, señor. Venga por aquí, por favor.*

У наведених прикладах видно, що друга репліка не обмежується повторенням формули вітання, а поєднує її з основним комунікативним завданням (уточнення чи початок діалогу щодо покупки). Це свідчить про функціональну багатозначність привітань: вони можуть одночасно сигналізувати про ввічливість і слугувати переходом до головної теми розмови.

Аналіз діалогів, які включають вітання дають нам право стверджувати, що якщо співрозмовники знайомі між собою або між ними існують певні соціальні відносини, то до базових формул вітання часто додаються звертання (ім’я, титул, соціальний статус) та додаткові репліки. Це робить спілкування більш індивідуалізованим і демонструє рівень пошани чи близькості.

Для ілюстрації зазначеного розглянемо діалог між двома літніми сеньйорами:

– ***Buenas tardes, don Francisco**, ¿cómo se encuentra?*

– *Yo, muy bien, gracias. ¿Y usted qué cuenta?*
– *Pues nada, aquí, luchando como siempre* [P. Martín Lora-Tamayo].

Тут привітання супроводжується звертанням *don Francisco*, що вказує на повагу до віку та статусу співрозмовника. Відповідна репліка також містить додаткове питання *¿Y usted qué cuenta?*, яке виконує роль підтримки діалогу та вираження зацікавленості.

У розмовному, неофіційному спілкуванні спостерігається тенденція до скорочення та спрощення формул привітання. У таких випадках комуніканти нерідко опускають частину стандартних виразів і вживають односкладну структуру, що складається з прикметника ***Buenos/as***, часто у поєднанні із прислівником ***Muy*** та позначає час доби:

(Muy) Buenos – замість *Buenos días*

(Muy) Buenas – замість *Buenas tardes / Buenas noches*

Такі скорочені варіанти, на відміну від повних, демонструють тенденцію до економії мовних засобів і водночас до створення менш формального, більш невимушеного тону у розмові. Розглянемо типову комунікативну ситуацію, а саме вітання між колегами вранці в офісі:

– ***¡Muy buenos!***
– *¡Hombre, qué alegría verte! ¿Qué tal, cómo estás?*
– *Bien, bien, un poco cansado, la verdad, pero todo en orden. ¿Y tú?*
– *Yo también, ya sabes, mucho trabajo como siempre.*
– *Bueno, al menos tenemos café para sobrevivir, ¿no?*
– *¡Claro! Luego bajamos a la cafetería y charlamos un rato.*
– *Perfecto, me viene genial* [CORPES XXI].

У цьому діалозі коротке привітання ***¡Muy buenos!*** слугує поштовхом для розгортання більш емоційного та дружнього обміну репліками. Співрозмовники додають жарт *(“al menos tenemos café para sobrevivir”)*, що підкреслює невимушений характер взаємодії.

У цілому наведений матеріал засвідчує, що скорочені формули сигналізують про близькі, неофіційні відносини та є типовими для побутових контактів.

Аналіз мовного матеріалу виявив, що вранці після сну як перші вітальні репліки серед членів родини та друзів прийнято використовувати різноманітні питання-освідчення, які поєднують у собі і функцію привітання, і справжній інтерес до самопочуття співрозмовника. На відміну від нейтрального *Buenos días*, ці формули є більш особистісними та теплими:

¿Cómo te has levantado?

¿Cómo has dormido?

¿Has dormido bien?

¿Has descansado bien?

¿Qué tal te sientes después de dormir?

Варто зазначити, що такі питання часто не лише формальні, а й дійсно мають на меті вияснити стан здоров'я чи настрій адресата. В цьому випанку можна навести приклад діалогу між дочкою та батьком, що демонструє турботу дитини про батька:

– *¡Buenos días!**¿Has dormido bien, papá?***
– *No mucho, he dado muchas vueltas en la cama* [Fr. García Pavón].

Також попередні слова можна підтвердити комунікативною ситуацією між двома друзями після активного дня:

– *Buenos días, **¿qué tal has descansado?** Ayer nos pegamos una paliza caminando.*
– *Yo he descansado bien, ¿y tú?* [CORPES XXI].

Вважаю доцільним зазаначити, що саме у ранкових формулах привітання проявляється національна риса іспанців – уважність до фізичного і психоемоційного стану співрозмовника.

Особливе місце в іспанській лінгвокультурі займають масові привітання у ЗМІ. В іспанських радіо- й телепередачах вони мають урочистий характер і виконують функцію створення позитивного настрою:

¡Muy buenos días tengan todos!

¡Tengan ustedes muy buenos días!

¡Muy buenos días!

На відміну від щоденних побутових формул, ці конструкції більш офіційні, піднесені й навіть дещо театралізовані.

У ході дослідження було виявлено, що у сучасній іспанській комунікації надзвичайно поширеною є універсальна формула, що реалізується за допомогою вигука ***¡Hola!***. Вона може вживатися як у формальних, так і в неформальних умовах, проте найчастіше позначає дружність і відкритість.

– ***¡Hola, Juan!*** *¡Cuánto tiempo sin verte!*
– ***¡Hola!*** *Sí, han pasado meses. ¿Cómo te va todo?*
– *Bastante bien, con mucho trabajo, pero contento.*
– *Me alegro. Tenemos que ponernos al día con calma* [A. M. Matute].
– ***¡Hola, vecina!*** *¿Cómo le va?*
– ***¡Hola!*** *Muy bien, gracias. ¿Y usted?*
– *Todo tranquilo, solo que el ascensor vuelve a estar estropeado.*
– *Sí, ya he llamado al servicio técnico* [CORPES XXI].

Проаналізований фатичний матеріал, дає змогу стверджувати, що вищезазаначена етикетна формула використовується незалежно від статі, соціального статусу та віку співрозмовника. Водночас в умовах асиметричних офіційних відносин, коли існує різниця за становищем або віком між учасниками спілкування, привітання *¡Hola!* не рекомендується для молодшого за положенням або віком у зверненні до старшого з точки зору етикетних норм. Наприклад:

– ***¡Hola, Quique!,*** *¿qué tal?*
– ***Buenos días, señor Melendo*** [CORPES XXI].

В наведеному прикладі підлеглий відповідає більш офіційною формулою, підкреслюючи ієрархічну дистанцію, а начальник дозволяє собі фамільярне ***¡Hola!*** у поєднанні з іменем співрозмовника.

Підсумовуючи вищесказане, можна стверджувати, що етикетна формула ***¡Hola!*** є однією з найбільш універсальних в іспаномовному середовищі.

Цікавим є те, що при зустрічі початковими словами часто слугують власні імена або стійкі лексичні вирази, що виконують функцію привітання та емоційної оцінки зустрічі. В даному випадку можна навести приклад діалогів між двома давніми приятельками після тривалої розлуки та між двома пенсіонерами:

– ***Pili,*** *¡qué sorpresa! ¡Ya no te dejas ver, hija!*
– *¡Ay! ¡Qué gusto verte!* [CORPES XXI].
– ***¡Hombre!****¡Dichosos los ojos que te ven! ¿Cómo tú por aquí?*
– *Oye, ¡qué alegría! ¡Cuánto tiempo sin verte!* [A. M. Matute].

У розмовно-побутовій комунікації дуже часто після власних формул привітання вживаються різноманітні питання про життя, родину, справи чи здоров'я співрозмовника:

¿Cómo está(s)?
¿Qué tal?
¿Qué tal la vida?
¿Cómo te va la vida?
¿Qué te cuentas?
¿Cómo está la familia?
¿Cómo estáis todos por casa?
¿Cómo anda de salud?

Здається доречним навести ілюстративні приклади даних етикетних моделей:

– ***¿Cómo está, don Alejandro?***
– *¡Hola, Agustín! ¿qué te trae por aquí?*
– *Venía a charlar con su hija.*
– *Pasa, que ahora la llamo* [P. Martín Lora-Tamayo].
– *¡Hola, Andrés!* ***¿Qué tal la vida?***
– *Muy bien, no me quejo. ¿Y tú, qué tal?* [CORPES XXI].

– ¡Hola, Carmen! **¿Cómo estáis todos por casa?**
– Bien, gracias a Dios [A. M. Matute].

В цілому, ці питання можуть виконувати етикетну функцію ввічливого запиту, але одночасно містять щирий інтерес до стану та справ співрозмовника.

В ході аналізу ілюстративного матеріалу було виявлено, що досить часто словосполучення *¿Cómo está(s)?* та *¿Qué tal?* об'єднуються в одне етикетне висловлювання. У цьому випадку формула *¿Qué tal?* розташовується у препозиції перед *¿Cómo está(s)?*:

¿Qué tal? ¿Cómo está(s)?

Слід зазначити, що смисловий зміст цих реплік дуже широкий і комплексний. Окрім семи «стан здоров'я» (основна для формули ¿Cómo está(s)?), ці вислови включають також семи «стан справ» та «життя загалом».

– *¡Hola, Carlos!* ***¿Qué tal? ¿Cómo estás?***
– *¡Hola, Laura! Qué gusto verte después de tanto tiempo. Estoy bien, gracias, aunque un poco cansado con el trabajo últimamente. ¿Y tú, cómo estás?*
– *Yo también estoy bien, aunque he tenido algunos problemas familiares que me han tenido ocupada* [CORPES XXI].

Отже, аналіз етикетної ситуації «вітання» в іспанській лінгвокультурі демонструє, що спілкування починається не лише з формальної або стандартної формули привітання, а й часто включає додаткові питання про стан здоров'я, життя та справи співрозмовника. Формули *¡Hola!, ¿Cómo está(s)?* та *¿Qué tal?* є універсальними засобами комунікації, які залежно від контексту, соціального статусу та ступеня знайомства можуть мати як офіційний, так і неформальний характер.

У результаті можна констатувати, що в іспанській мові етикетні привітальні формули виконують не лише функцію відкриття комунікації, а й виступають потужним інструментом підтримки соціальних зв'язків, що проявляється у різноманітних формах і залежить від обставин, статусу та ступеня знайомства між співрозмовниками.

2.1.2 Сучасні етикетні формули відповіді на іспаномовне вітання. Слід почати з того, що відповіді на вітання та запитання про життя, справи, здоров'я зазвичай характеризуються максимальною лаконічністю. Найчастіше, як і самі запитання-освідчення, вони виконують функцію ритуальної формули спілкування, тобто не мають на меті отримати детальну інформацію, а лише підтримати соціально прийнятний контакт.

Аналіз ілюстративного матерілу дозволяє стверджувати, що набір таких реплік досить великий. В Іспанії, як і в країнах Латинської Америки, чітко простежується варіативність їх реалізації залежно від територіального фактора та регіональних особливостей мовлення. Це означає, що в різних регіонах певні репліки можуть бути більш або менш поширеними, а також супроводжуватися різними додатковими формулами ввічливості.

В цілому всі відповіді можна класифікувати на три основні групи. До першої можна віднести репліки, що передають позитивну оцінку стану справ чи здоров'я – «добре», «відмінно». До другої зазвичай відносять репліки, що передають нейтральний стан або байдужість – «нормально», «нічого особливого». І остання, це репліки, що передають негативну оцінку стану справ чи здоров'я – «погано», «дуже погано».

В ході дослідження було виявлено, що найбільш характерними формулами для першої групи є: ***Bien; Muy bien; Todo bien***; ***Bastante bien; No me quejo.*** Наприклад:

1. Діалог між двома приятелями:
   - *¡Hola! ¿Cómo estás?*
   - ***Muy bien,*** *¿y tú, qué tal?* [CORPES XXI].
2. Діалог між двома сеньйорами, що вітаються вранці:
   - *Buenos días, ¿Cómo estamos?*
   - *Hombre,* ***no me quejo****, ¿y usted qué tal se encuentra?* [CORPES XXI].
3. Діалог між двома продавщицями:
   - *Hola, Mari, ¿Cómo andamos?*
   - ***Bien*** [CORPES XXI].

Дослідження продемонструвало, що з цього ряду найбільш частотною, загальноіспанською нейтральною формулою є *Bien*, яка нерідко супроводжується формулою подяки – *Gracias* (або *Gracias a Dios*).

Як і в українській мові, формули, що виражають найвищу оцінку стану життя, зустрічаються порівняно рідко. Насамперед їхнє вживання характерне для розмовної, фамільярної мови, головним чином серед іспанської молоді всіх соціальних верств. Ці репліки часто реалізуються у мовленні за допомогою якісних прикметників та їм притаманна висока емоційно-експресивна забарвленість, а багатьом із них – знижена стилістична оцінка.

¡Estupendo!	***¡Fenomenal!***	***¡De miedo!***
¡Fantástico!	***¡Guay!***	***¡Rebién!***
¡Perfectamente!	***¡Requetebién!***	***¡Superbién!***
¡Fenómeno!	***¡A tope!***	

1. Діалог між двома молодими робітниками:
   – *¡Hola! ¿Cómo va todo?*
   – ***¡De miedo!*** *Me han llamado de la fábrica* [CORPES XXI].
2. Діалог між двома студентками:
   – *¿Qué tal? ¿Cómo te va la vida?*
   – ***¡Guay, tía!*** *Me marcho de vacaciones a la Costa Brava.*
   – *Te envidio, hija* [Fr. García Pavón].
3. Діалог між однокурсницями:
   – *Hola, Pepa, ¿cómo te va la vida?*
   – ***¡Pues superbién!*** *No me quejo. He aprobado todo y además he encontrado mi amor* [Fr. García Pavón].

Після аналізу емпіричного матеріалу, можна констатувати, що для передачі нейтрального або посереднього стану справ, настрою чи здоров'я використовують наступні односкладні та двоскладні конструкції: **Normal; Como siempre; Regular; Aquí (ahí) andamos; Tirando; Así, así / Así, así tirando; Pasando los días; Aquí (ahí) vamos / Aquí estamos; Ya ve(s), aquí / Por aquí, tirando; Bien, en mi mismo sitio; Hay problemas.** Дані формули

найчастіше вживаються для підтримання соціального контакту, не несучи детальної інформації про реальний стан речей. Наведемо приклади вживанння:

– *Hola, Pili, ¿qué tal? ¿Cómo estás?*
– **Normal***, cariño* [CORPES XXI].
– *¿Qué hay, Charo? ¿Cómo te va?*
– **Pasando los días**, *Chelo. Este dolor del pecho no se me va* [P. Martín Lora-Tamayo].
– *¡Hola, Purita! ¿Cómo estáis todos por casa?*
– ***Regular*** [CORPES XXI].

В ході дослідження ілюстративного матеріалу, було виявлено, що для передачі негативної оцінки стану здоров'я, справ чи настрою в іспанській мові вживається низка усталених формул, які розрізняються за ступенем інтенсивності та стилістичним забарвленням.

До нейтральних відповідей належать: ***Mal; Muy mal***, що є найбільш уживаними та універсальними формулами для позначення негативного стану.

– *Hola, Ester, ¿qué tal?*
– ***Mal****, hija, con estos calores insoportables no hay quien viva* [C. Lagos].

Більш експресивними є конструкції: ***De mal en peor; ¡Terrible!; ¡Horrible!; ¡Pésimo!; ¡Fatal!; ¡Tremendo!***, що вказують на значне погіршення стану та нерідко мають перебільшений та гіперболізований характер.

– *Buenas tardes, ¡qué gusto verle! ¿Cómo le trata la vida?*
– *Pues, mire usted,* ***de mal en peor.***
– *¡Vaya con Dios! ¿Qué le ocurre?*
– *Que el negocio no marcha* [CORPES XXI].

Крім вищезазначеного, серед частотних виразів також уживаються оцінні прикметники: ***Desesperado/a; Decepcionado/a; Fastidiado/a***, які підкреслюють не лише поганий стан, а й емоційне напруження мовця.

– *Buenas tardes, ¿cómo andamos, Ernesto?*
– ***Fastidiado***.

– *¿Qué te pasa?*
– *Estoy con dolor de muelas* [C. Lagos].

Варто зазначити, що особливу групу становлять розмовні та стилістично знижені формули, що вживаються переважно серед молоді. До них належить, зокрема, вираз ***¡Jodido!***, який позначає дуже поганий стан і має вульгарно-жаргонне забарвлення.

– *¿Qué tal, tío?*
– ***Jodido****, no dormí nada anoche.*
– *Uf, vaya, espero que te mejores* [CORPES XXI].

Таким чином, спектр формул оцінки «погано/дуже погано» в іспанській мові досить широкий: від нейтральних та універсальних *(Mal, Muy mal)* до емоційно забарвлених *(¡Fatal!, ¡Terrible!, ¡Pésimo!)* і розмовно-жаргонних *(¡Jodido!)*. В цілому вибір тієї чи іншої конструкції залежить від комунікативної ситуації, віку та соціальної групи мовців.

2.2. Особливості актуалізації етикетної ситуації «запрошення» в іспанській лінгвокультурі

2.2.1 Моделі оформлення етикетної ситуації запрошення в умовах статусної нерівності.

Спочатку важливо відзначити, що запрошення є однією з найбільш поширених форм соціалізації як в Іспанії, так і в усій Латинській Америці. Таким чином, можна констатувати, що це – етикетна ситуація, яка дозволить нам відстежити зв’язок між мовою та культурою, а також вивчити національні особливості мислення та поведінки носіїв іспанської мови.

Аналіз фактичного матеріалу дає змогу стверджувати, що найчастіше етикетна ситуація запрошення в іспанській мові оформлюється за допомогою оповідальних речень стверджувальної форми (*Las oraciones performativas*), наприклад: *“Te invito a cenar”, “Te invito a mi fiesta”* [CORPES XXI].

Дуже частотним є використання імперативу (*El imperativo*) для оформлення запрошення, наприклад: *"Tómate algo"* у *"Ven a mi casa durante el verano"* [CORPES XXI]. З іспаномовної точки зору, мета використання імператива полягає в тому, щоб підштовхнути слухача відповісти згодою на запрошення задля власної вигоди, ця ілокутивна сила також може бути виражена через використання теперішнього часу (*presente de indicativo*), наприклад: *"Mañana vienes a cenar a casa"* або за допомогою дієслова обов'язку (*verbo de obligación*), наприклад: *"Tienes que acompañarme a la reunión, luego nos iremos de copas"*[CORPES XXI]. У цих випадках людина, яку запрошують, не буде інтерпретувати запрошення як констатацію чи як розпорядження. Також доречно зазначити, що аби здаватися більш ввічливим, серед іспаномовних поширене використання подвійного імперативу.

Також не стоять осторонь питальні речення різного типу (*Los actos de hablas asertivos e interrogativos*). Питання типу *"¿Te apetece/apetecería venir a la despedida de soltero el viernes?"* або *"¿Por qué no vienes a recogerme a la oficina y hablamos de nuestras vacaciones?"* є дуже вживаними, особливо серед людей, які не є близькими один одному.

Вживання тих чи інших форм запрошення визначається головним чином тональністю спілкування комунікантів, інакше кажучи статусною рівністю або нерівністю, а також певною мірою конкретною типізованою ситуацією запрошення, кількість яких, дуже велика і різноманітна. В Іспанії найбільш вживані форми запрошення зі значенням випити щось (насамперед, каву, пиво, вино), також нерідко використовуються запрошення на обід або вечерю.

Слід почати розгляд іспаномовного запрошення з позиції статусної нерівності, тобто коли один з комунікантів має вищу позицію у суспільстві, ніж другий. У цьому контексті доречно виокремлювати дві основні групи етикетних формул запрошення, а саме експліцитні – прямі, чітко структуровані висловлення, у яких інтенція запросити виражена вербально й однозначно та імпліцитні, тобто висловлення, у яких інтенція запрошення подається опосередковано, часто у формі ритуальних кліше або формул

гостинності. Їхнє головне призначення – не стільки організація зустрічі, скільки вияв ввічливості, прихильності й гостинності.

До структури експліцитного запрошення в іспанській мові часто входить дієслово ***invitar***, яке нерідко функціонує у поєднанні з дієсловами *querer* та *gustar,* які використовуються у різних модально-часових формах, що безпосередньо впливає на модальні та стилістичні характеристики висловлювання. Слід зауважити, що використання дієслова ***querer*** у формі умовного способу – *quisiera (quisieramos)*, а дієслова ***gustar*** у формі умовного способу – *me(nos) gustaría* надає висловлюванню особливого ступеня ввічливості.

Le invito (invitamos) a ...

Les invito (invitamos) a ...

Me (nos) gustaría

Quiero (queremos) invitarle (les) a...

Quisiera (quisiéramos)

Здається логічним навести ілюстративні приклади даних моделей іспаномовного запрошення:

- ***Quisiéramos invitarle*** *a nuestra noche semanal de póker.*
- *Sí, claro* [Fr. García Pavón].
- *¿Sabes, que durante las vacaciones haré un viaje a tu tierra?*
- *¡Qué bien! ¿Por mucho tiempo?*
- *Tres días.*
- *Pues* ***le invito a nuestra casa.*** *Me gustaría que conociera a mi familia. Sería para nosotros un honor recibirlo en casa* [E. Pardo Bazán].

Попри вищезазначене, іноді замість дієслова *querer* використовується його синонім *desear*, найчастіше у формі *deseo* або *desearía:* ***Deseo invitarle a...; Desearía...***

Також в офіційній обстановці, переважно у мові інтелігентів (як правило, похилого віку) зустрічається використання дієслова ***invitar*** у постпозиції до

виразу ***Tengo (tenemos) el gusto de...*** або до імперативної форми від дієслова ***permitir – Permítame(nos) invitarle a ...***

Аналіз діалогів, які включають запрошення дають нам право стверджувати, що іноді можливе вживання дієслова ***invitar*** у поєднанні з різними модально-часовими формами дієслова ***poder***, в такому випадку запрошення оформлюється пропозицією у формі запитання і також, слід відмітити, що цим реплікам властива підвищена ввічливість.

¿Puedo (podemos) invitarle (les) a...?

¿Podría (podríamos) invitarle (les) a...?

Вищезазначені запрошення є типовими прикладами реальних запрошень, тобто вони мають чітку комунікативну інтенцію, супроводжуються конкретними деталями (місце, час, подія) і передбачають, що адресат дійсно скористається пропозицією: *Le invito a mi cumpleaños, mañana a las ocho en mi casa.*

На противагу реальним, існують також вдавані запрошення, які виконують радше етикетну функцію. Їхнє головне призначення – вияв ввічливості, доброзичливості та гостинності, а не реальне очікування, що співрозмовник обов'язково прийде. Найчастіше такі вислови не містять конкретики й уживаються у вигляді усталених формул.

Проведене дослідження дає можливість констатувати, що частотне використання мають такі форми вдаваних запрошення, як: ***Le esperamos en casa; ¿Acepta(s) una invitación a mi casa?; Quedáis invitados:***

– *Entonces,* ***le esperamos en nuestra casa*** *con su esposa.*
– *Muchas gracias. Estaremos sin falta* [E. Pardo Bazán].
– *Luisa, esta tarde tenemos la fiesta de despedida de soltero de Antonio.* ***Quedáis invitados*** *tu hermano y tú.*
– *Muchas gracias. ¿A qué hora es?*
– *A eso de las siete comenzará. Es en casa.*
– *Estaremos sin falta* [A. M. Matute].

В іспанській мові, на відміну від української, запрошення додому часто реалізується за допомогою імпліцитних моделей запрошення, загальний зміст яких зводиться до ідеї, що будинок господаря є також і будинком його гостей: ***Está usted en su casa; Esta casa es suya; Aquí tiene usted su casa; Mi casa es su casa; Sabe donde tiene su casa.*** Варто зауважити, що вираз ***Sabe donde tiene su casa*** у певних контекстах може виступати самостійно як запрошення:

– *Ahora, Pili, vivo en Alcalá nueve. Bueno,* ***sabe donde tiene su casa****.*
– *Ah, bueno, vale. Muchas gracias* [P. Martín Lora-Tamayo].
– *Cuando quiera venir, pase sin preocuparse,* ***está usted en su casa.***
– *Qué amable, de verdad. Se lo agradezco mucho* [CORPES XXI].

Підсумовуючи, хотілось би зазначити, що такі репліки не лише позначають готовність господаря прийняти гостя, але й відображають глибинні національно-культурні уявлення про гостинність як одну з ключових соціальних цінностей. У цьому аспекті іспанська мовна традиція демонструє значну відмінність від української, де подібні ритуальні вислови менш закріплені у щоденній комунікації.

Спираючись на вищезазначений ілюстративний матеріал, можна підсумувати, що реальні запрошення мають прагматичний вимір і спрямовані на організацію конкретної події, тоді як вдавані зводяться до мовленнєвого жесту ввічливості й демонструють соціально-культурну цінність гостинності.

Таким чином, проведений аналіз дозволяє стверджувати, що моделі оформлення запрошення в умовах статусної нерівності в іспанській мові формують цілісну та чітко структуровану систему, у якій вибір мовних засобів визначається соціальною ієрархією та рівнем формальності ситуації. У мовленні адресантів із вищим соціальним статусом переважають ввічливі, модально забарвлені конструкції з дієсловами *invitar, querer, gustar, desear, poder*, які у формі умовного способу виконують функцію пом’якшення та демонструють повагу до адресата.

2.2.2 Етикетна ситуація «запрошення» з позиції умов симетричних відносин. Форми запрошення в іспанській мові є численними, особливо з позиції умов симетричних відносин, тобто рівноправних відносин, в яких люди мають подібні ролі.

Так само, як у контексті етикетних ситуацій запрошення в умовах статусної нерівності, запрошення з позиції умов симетричних відносин слушно класифікувати на дві групи. Експліцитні моделі виражаються безпосередньо за допомогою дієслів *invitar, pasar, venir, quedar* тощо й чітко сигналізують про намір мовця: *Te invito a la fiesta; Pasa por mi casa; ¿Quedamos para cenar fuera?*. В свою чергу імпліцитні мають непрямий характер та оформлюються за допомогою питальних конструкцій (*¿Qué te parece si…?; ¿Por qué no vamos…?*) і поєднують значення поради, пропозиції та запрошення. Таким чином, експліцитні форми націлені на пряме стимулювання до дії, тоді як імпліцитні виконують більш делікатну, консенсуальну функцію, створюючи ефект спільного прийняття рішення.

Аналіз ілюстративного матеріалу виявив, що у розмовно-повсякденній мові, з відтінком некатегоричного запрошення, часто використовуються саме імпліцитні форми, до структури яких входять такі обороти як:

¿Qué te parece si...?

¿Qué tal si...?

¿Por qué no ...?

¿Y si fuéramos a ...?

Дані висловлювання містять у собі додатковий відтінок поради, обговорення тієї чи іншої пропозиції із співрозмовником. Наприклад:

– ***¿Qué te parece si*** *salimos a cenar, mamá?*
– *Muy bien. Por aquí hay un sitio nuevo no muy caro que está* [P. Martín Lora-Tamayo].
– ***¿Qué tal si*** *los dejamos a todos y nos vamos a tomar una copa?*
– *Eh, ¿por qué no?* [Fr. García Pavón].

Спостереження за діалогами, які включають запрошення дають нам можливість стверджувати, що у повсякденно-розмовному мовленні, нерідко в ситуації прощання, використовуються експліцитні форми запрошення, що включають до свого складу дієслова ***venir*** або ***pasar*** у наказовому способі: ***Venga(ven) a casa; Venga(ven) más a menudo (a verme/nos); Pase(pasa) por casa; Pásese (pásate) por casa; Venga(ven) a visitarme(nos); Pase(pasa) a verme/nos.***

В окремих випадках дієслово ***venir*** у формах запрошення додому використовується в інфінітиві ***Cuando quieras puedes venir…,*** ця конструкція, завдяки дієслову ***poder***, що входить до її складу, має також додаткове значення, а саме дозвіл:

– *Oye, Miguel,* ***cuando quieras puedes venir a verme****. Mi casa es tu casa.*
– *Gracias, chico* [A. M. Matute].

Аналіз мовного матеріалу засвідчив, що нерідко в постпозиції (рідше в препозиції або інтерпозиції) до цих реплік додаються різні словосполучення, типу: ***Cuando quieras; Cuando te venga bien; En cualquier momento; De vez en cuando.***

Також широковживаними є запрошення, виражені у формі питання, які часто оформляються за допомогою дієслів ***querer, apetecer, tomar,*** а також питальних конструкцій ***¿Por qué no...?; ¿Qué te parece****?*

Проведене дослідження дає можливість навести наступні приклади:

– *Oye, mira, te llamo porque me han dado unas invitaciones para un concierto de música brasileña,* ***¿te apetece venir?***
– *Bueno, pero espero que no sea muy largo* [P. Martín Lora-Tamayo].

Оскільки в Латинській Америці практично не використовуються дієслова у формі *Futuro Simple*, частотними є форми запрошення із використанням конструкції ***ir+a+infinitivo.*** Також ми з'ясували, що для дружньо-побутового спілкування, як правило серед чоловіків, характерні такі стилістично знижені форми запрошення випити, як: ***Vamos a tomar (una copa)/a copear/ de copeo/ a ir de copeo/ a echarnos un trago.***

– ***Vamos a tomar una copa*** *y discutir esto como personas civilizadas* [Fr. García Pavón].

Слід відмітити, що в ситуації запрошення щось випити, з'їсти дуже поширені різні формули, що включають дієслово ***invitar***:

Te invito a *tomar (algo)/ una taza de café/ una cerveza/ una copa/ un trago/ un coñac/ una paella* [CORPES XXI].

– *Pili,* ***te invito a la fiesta****. Mañana celebramos mi cumpleaños. ¿Vienes?*
– *Gracias, chica. Estaré sin falta* [P. Martín Lora-Tamayo].

Аналіз мовного матеріалу виявив, що в іспанській лінгвокультурі існує велика кількість семантичних типів запрошень, наприклад вони дуже часто запрошують додому з приводу святкування дня народження господаря будинку або членів його сім'ї. Не можна не відзначити, що одна з найбільш уживаних у цій ситуації українських реплік для запрошень (Я) запрошую Вас (тебе) на мій день народження, не збігається з її іспанським еквівалентом – ***Te invito a la fiesta***. Це можна пояснити тим, що в іспанській мові в аналогічній конструкції зазвичай використовується слово свято (*fiesta*), а не словосполучення день народження (*mi cumpleaños*), тому при перекладі цього висловлювання слід уникати інтерференції з українською.

У ході дослідження були детально проаналізовані форми запрошення у невимушеному дружньому мовленні, після чого стало очевидним, що в данній ситуації вживаються наступні висловлювання: ***A ver se vienes con más frecuencia; A ver cuando pasas (por casa); ¿Vienes a mi casa?; Acércate por mi casa.***

В ході аналізу ілюстративного матеріалу було виявлено, що запрошення додому, зазвичай у комунікативній ситуації прощання, може оформлятися за допомогою конструкцій, до складу яких входить дієслово ***dejar*** у формі *Imperative Negativo*: ***No dejes de pasar por casa (por aquí)***; ***No dejes de visitarme (nos).***

– *Se me hace tarde, tengo que despedirme. Gracias por todo.*
– *De nada, ha sido un placer.* ***No dejes de visitarnos*** [A. M. Matute].

Не варто забувати, що запрошення можна оформлювати за допомогою дієслова ***quedar***, найчастіше у формі на nosotros:

– ***¿Quedamos para ir*** *al cine/ ir al teatro/ cenar fuera/ jugar al fútbol?* [CORPES XXI]
– ***¿Quedamos para cenar fuera?***
– *No, no puedo* [A. M. Matute].

Аналіз мовного матеріалу показав, що в іспанській мові вживаються також форми дієслова **servir** в імперативній формі для реалізації запрошення спробувати щось: ***Sírvete tú misma; Serviros***.

Крім вищенаведеного, було встановлено специфічні форми запрошення, метою яких є запропонувати щось співбесіднику, до них можна віднести ***¿Gustas?; ¿Gustáis?***. Наведені форми особливо часто зустрічаються в іспаномовному кінематографі.

– *He comprado una caja de chocolates muy ricos.* ***¿Gustas?***
– *Podemos ir al estreno de la película hoy.* ***¿Gustáis?*** [CORPES XXI]

Оскільки іспанська мова це не лише мова Піренеїв, а й країн Латинської Америки, під час нашого дослідження було проаналізовано деякі регіональні особливості, пов’язані з оформленням мовленнєвого акту запрошення. Це дало змогу більш детально дослідити зв'язок між мовою та її носіями.

Принагідно зазначимо, що в Латинській Америці, особливо в Аргентині є частотним використання дієслівних форм на *vos,* замість *tú* і *usted*: *¿Te* ***copás*** *y* ***venís*** *a la fiesta el sábado?; Che, ¿****querés*** *sumarte al asado el domingo en casa?; Oíme, ¿****te prendés*** *para ir al cine el viernes?* [CORPES XXI]

Можна з упевненістю стверджувати, що етикетна ситуація запрошення в іспанській мові характеризується широким спектром мовленнєвих засобів, серед яких поряд із загальновживаними дієсловами *(invitar, ofrecer)* у певних діалектних і стилістичних різновидах трапляється й дієслово ***fariar***. Воно належить до менш поширених, але має виразне культурно-прагматичне забарвлення. У традиційному вжитку *fariar* означає «пригостити когось», «зробити частування», «запросити до їжі чи пиття». Таким чином, саме

семантичне наповнення дієслова пов'язує його з актом гостинності, що є невід'ємною складовою латиамериканської мовної та культурної традиції.

На відміну від більш нейтрального *invitar*, ***fariar*** виступає як заохочення та несе відтінок теплішої, більш «домашньої» інтонації, воно сигналізує не лише про формальний акт запрошення, а й про намір розділити їжу чи напій у дружньому колі. Саме це підкреслює тісний зв'язок мовних структур із соціальними та культурними нормами поведінки. Доречним буде навести наступні приклади:

– *Esta tarde paso por tu casa.*

– *Muy bien,* ***te faré*** *un café y charlamos un rato* [CORPES XXI].

– *Qué día más duro hemos tenido.*

– *Sí, mañana* ***os faré*** *unas tapas en mi casa, para relajarnos* [CORPES XXI].

– *¿Quieres venir a mi cumpleaños?*

– *Encantado, y ya sabes que me gusta cuando* ***me farias*** *con tu tortilla* [CORPES XXI].

Таким чином, використання ***fariar*** у мовленні демонструє не лише акт запрошення, а й прагнення мовця встановити більш тісний соціальний контакт, заснований на гостинності, спільному проведенні часу та задоволенні від частування. Це підкреслює етнокультурну специфіку іспанського етикету, де спільна трапеза або частування виступають одними з головних механізмів підтримання міжособистісних стосунків.

Також специфічним для країн Латинської Америки (а саме для Колумбії та Венесуели) є вираз ***vamos a parchar***, що дослівно перекладається як «ми будемо латати», але в розмовному мовленні набуває значення «давай потусимо, давайте зберемося разом».

– ***¡Vamos a parchar*** *en el parque esta tarde!*

– *No quiero salir al parque, mejor* ***vamos a parchar*** *en mi casa.*

Після особистої бесіди з носіями мови, стало зрозумілим, що це дуже «молодіжний» вираз, який не завжди зрозумілий у формальному іспанському.

Він показує неформальний спосіб проведення часу, коли люди збираються без конкретного плану, просто щоб поспілкуватися, відпочити або розслабитися. Крім цього, в іспанському сленгу для запрошення серед молоді використовується дієслово ***hanguear/hangear***, що є англіцизмом (від англ. *hang out*) та передбачає розслаблену атмосферу, відсутність конкретних планів, їжу та музику:

– *¿Quieres* ***hanguear*** *un rato esta tarde?*
– *Dale, me encanta la idea* [CORPES XXI].

Отже, аналіз етикетної ситуації запрошення в умовах симетричних відносин демонструє, що мовні форми в іспанській мові характеризуються значно більшою гнучкістю, невимушеністю та консенсуальним підходом порівняно із запрошеннями у ситуаціях статусної нерівності. У таких комунікаціях експліцитні форми з дієсловами *invitar, venir, pasar, quedar* спрямовані на пряме стимулювання до дії, тоді як імпліцитні конструкції з питальними оборотами несуть значення спільного обговорення, поради та пропозиції, створюючи ефект рівності та взаємного погодження. У повсякденно-розмовному спілкуванні переважають імпліцитні та стилістично знижені форми, включаючи регіональні або молодіжні вирази (*vamos a parchar, hanguear*), а також інструменти гостинності, що підкреслюють соціальну близькість (*fariar*).

На відміну від ситуацій статусної нерівності, де запрошення часто супроводжуються ввічливими модальними маркерами та делікатною мовною структурою для підкреслення дистанції і поваги, у симетричних відносинах пріоритет надається неформальності, взаємній участі та підтриманню дружнього або колегіального контакту. Таким чином, формально і змістовно запрошення в умовах рівноправних відносин відображають демократичну, консенсуальну модель комунікації, яка поєднує прагматичну дієвість з культурною нормою спільності та гостинності.

2.2.3 Сучасні етикетні формули позитивної та негативної реакції на запрошення в іспаномовному середовищі. Загальновідомий факт, що реакція на запрошення у розмовній мові може бути негативною та позитивною. Формули згоди та відмови мають дуже велику низку варіантів, вибір яких залежить від багатьох причин, насамперед це тональність спілкування комунікантів (офіційність – неофіційність), емоційно-експресивний фактор, ступінь вираження ввічливості у відповіді та ін.

Як показує проведений нами аналіз, що у випадку висловлювання згоди на запрошення найчастіше іспанцями використовуються наступні конструкції: ***Sí (Sí, claro; Claro que sí); Vale; Bien (Está bien; Muy bien); Bueno; De acuerdo; Sí, ¡perfecto! ;Fenomenal/ Estupendo; Súper; ¡Por supuesto!; No hay problema; ¡Sin falta!; ¡No faltaría más ¡; ¡Naturalmente!; ¡Correcto!*** Вважаємо доречним навести наступні приклади:

– *Señor López, ¿le parece bien si fijamos la reunión para el lunes a las 9?*

– ***Sí, claro***. *Nos viene bien a todos* [CORPES XXI].

– *¿Quieres venir mañana a mi casa a cenar?*

– ***Por supuesto****, muchas gracias por la invitación* [C. Lagos].

– *El sábado organizamos una barbacoa. ¿Vienes?*

– ***Fenomenal****, me encanta la idea* [CORPES XXI].

Помітно привертає увагу поширене використання репліки ***Vale,*** яка використовується в наші дні в різних комунікативних ситуаціях майже всіма верствами населення, виступаючи синонімом абсолютної більшості формул згоди.

– *¿Nos vemos en la cafetería a las 6?*

– ***Vale****, allí estaré* [C. Lagos].

У розмовному невимушеному мовленні функціонує ряд стилістично знижених реплік узгодження, у першу чергу, їх використання типово для молоді: ***¡Eso!; ¡Guay!; ¡Chachi!; ¡Aja!:***

– *Te invito a tomar una cerveza.*

– ***¡Guay!***

– *¿Qué tal si salimos esta noche?*
– ***¡Chachi!*** [CORPES XXI]

Щодо відмови, ми встановили, що у розмовному мовленні вона найчастіше оформлюється за допомогою наступних конструкцій: ***No, no puedo; No, no quiero*** (значно рідше за першу).

Дуже часто для пом'якшення відмови, аби форма була б ввічливішою, використовуються численні стереотипні висловлювання, в першу чергу це:

Lo siento (mucho, muchísimo), pero...

Lo lamento (mucho, muchísimo), pero...

– *¿Cenamos hoy?*
– ***Lo lamento mucho, pero no puedo.*** *Porque tengo mucho trabajo que hacer* [A. M. Matute].

Керуючись отриманими даними, варто підкреслити, що для ситуації відмови характерне використання протиставних конструкцій з *"pero"*, де *pero* функціонує як дискурсивний маркер, що сигналізує про контраст між бажаним і можливим, наприклад ***Créame (créeme) que me gustaría, pero…; Me va(s) a perdonar, pero...; No sabes cuánto lo siento, pero...*** Крім того, визначним є використання різних типів речень, а саме підрядно-з'ясувальних, умовних та концесивних (поступальних): ***Me temo que no va a poder ser; Aunque quisiera, no puedo..., Si por mí fuera, lo haría, pero...*** Також частотними у прикладах відмови є умовний спосіб дії (*condicional*) та subjuntivo imperfecto для вираження гіпотетичного бажання ***De buena gana (lo haría) pero…; Que más quisiera yo, no puedo...*** Всі речення об'єднує семантична формула: БАЖАННЯ (позитивне) + РЕАЛЬНІСТЬ (негативна). Це створює риторичну фігуру контрасту, яка пом'якшує відмову через демонстрацію внутрішнього конфлікту мовця. Отже, можемо констатувати, що це зразки мітигативних (пом'якшувальних) стратегій у іспанській мові, де граматичні засоби (модальність, способи дієслів) поєднуються з прагматичними функціями для досягнення ввічливої комунікації.

Доречним буде навести наступні приклади:

– *Mañana por la noche tenemos fiesta. ¿Vienes?*
– ***Aunque quisiera, no puedo.*** *Mi madre está enferma* [E. Pardo Bazán].
– *¿Podemos reunirnos hoy para revisar el proyecto?*
– ***Me temo que no va a poder ser****, tengo otra reunión a la misma hora* [CORPES XXI].

Також за допомогою аналізу сучасної іспанської літератури, нам вдалося виокремити такі стереотипні фрази, які використовуються в якості емоційно-експресивної категоричної відмови: ***No, en ningún caso; De nada del mundo; ¡No, no y mil veces no!; ¡Nunca!; ¡Jamás!; ¡Nunca jamás!; ¡Jamás de los jamases!; ¡De eso nada!; ¡No lo quiera Dios!; ¡Ni de broma!***

– *Vamos a una fiesta hoy. Allí estará tu ex José.*
– ***¡No, no y mil veces no!*** *No quiero verlo* [A. M. Matute].

Також було встановлено специфічні форми категоричної відмови, що мають знижене стилістичне забарвлення та які часто використовуються у розмовно-побутовому мовленні: ***¡Nones!; ¡Nanay!; ¡Ni hablar!; ¡Ni así me maten!; ¡Naranja!; ¡Naranja de la china!*** **.** Наведені форми мають особливого розповсюдження в країнах Латинської Америки.

– *Adela, nos han invitado a la boda de mi primo. Después de la boda, nos quedamos a la fiesta.*
– ***Nanay,*** *si quieres vas tú. Yo ya me comprometí a ir con mis padres al teatro* [A. M. Matute].

Слід відмітити, що при негативній відповіді на запрошення іспаномовні комуніканти досить часто вдаються до пояснення причини відмови. Це пов’язано з прагненням пом’якшити відмову, зробити її більш ввічливою та соціально прийнятною. У таких випадках активно функціонують конструкції: ***Perdona, no puedo, porque...***; ***Es que…***; ***Ya que...*** .

– *¿Vamos a ver mañana la nueva película de los hermanos Russo?*
– ***Perdona, no puedo, es que*** *no me apetece mucho* [Fr. García Pavón].

Крім згоди та відмови, реакцією на запрошення може бути пропозиція альтернативи, яка найчастіше оформлюється за допомогою таких

мовленнєвий форм: ***¿Por qué no…?; Prefiero hacer otra cosa; Mejor.*** Для більш легкого розуміння, наведемо декілька ілюстративних прикладів:

– *¿Vamos al cine?*

– ***Mejor*** *podemos ir al teatro* [CORPES XXI].

– *¿Vamos a cenar juntos en mi casa?*

– ***Mejor*** *podemos cenar fuera* [CORPES XXI].

Систематизовані результати проведеного аналізу дають підстави вважати, що в іспанській мові існує велике різноманіття відповідей на запрошення, як ствердних, так і негативних, вибір яких залежить від ситуації мовлення та учасників комунікації.

ВИСНОВКИ

У сучасних умовах активізації міжкультурних контактів та розширення глобального комунікативного простору вивчення етикету й етикетних ситуацій набуває особливої актуальності. Саме через мовленнєвий етикет реалізується система цінностей, соціальних норм і культурних традицій, притаманних певному етносу. Для іспанської лінгвокультури етикет є важливим засобом вираження національної ідентичності, комунікативної відкритості та емоційності, що визначає характер міжособистісної взаємодії. Аналіз етикетних ситуацій, зокрема таких, як «вітання» та «запрошення», дозволяє глибше зрозуміти закономірності іспанської мовної поведінки, специфіку реалізації ввічливості та культурно зумовлені особливості спілкування, що робить їх дослідження важливим завданням сучасної лінгвокультурології.

У процесі теоретичного дослідження було визначено, що етикет є складним соціокультурним явищем, яке регулює поведінку людей у процесі спілкування та забезпечує гармонійність міжособистісних стосунків. Він поєднує моральні, культурні й комунікативні норми, що відображають систему цінностей певного народу. Поняття етикетної ситуації розглядається як різновид комунікативної ситуації, що характеризується стереотипністю, передбачуваністю та дотриманням соціально прийнятих правил взаємодії між співрозмовниками. Саме в межах таких ситуацій реалізується мовленнєвий етикет, який сприяє встановленню та підтриманню контакту між учасниками спілкування.

Детальний аналіз теоретичного матеріалу показав, що поняття мовленнєвого етикету тісно пов’язане з такими категоріями, як ввічливість і ритуал, але не є з ними тотожним. Ввічливість виступає внутрішньою мотивацією до дотримання культурних норм спілкування, тоді як ритуал має символічний характер і виявляється у стереотипних, історично закріплених діях. Мовленнєвий етикет, у свою чергу, є соціально кодифікованою формою

реалізації ввічливості у мовленні, яка часто спирається на ритуалізовані моделі поведінки. Він забезпечує ефективну комунікацію, попереджає конфлікти та сприяє створенню прийнятного психологічного клімату у спілкуванні.

У роботі встановлено, що етикет є знаковою системою, яка охоплює як вербальні (мовні), так і невербальні (жести, міміка, інтонація) засоби комунікації. Кожна етикетна формула має певне семантико-прагматичне навантаження та відображає соціальні ролі, статус і наміри мовців. Етикетна система виконує низку важливих функцій: фатичну, регулятивну, апелятивну, імперативну та емотивну, які забезпечують упорядкованість комунікативного процесу.

Окрему увагу приділено розмежуванню універсальних і культурно-специфічних етикетних знаків. Універсальні формули (вітання, подяка, вибачення) є спільними для більшості культур і забезпечують базовий рівень взаєморозуміння між людьми. Натомість культурно-специфічні етикетні одиниці відображають національну мовну картину світу, цінності та традиції народу. Саме вони створюють унікальний стиль комунікативної поведінки, завдяки якому мовленнєвий етикет стає важливим маркером культурної ідентичності.

У процесі аналізу етикетної ситуації вітання в іспанській лінгвокультурі було встановлено, що вона має чітку структурну організацію, у межах якої виділяються скорочені та повні формули. До скорочених формул належать короткі кліше типу *¡Hola!*, *¡Buenas!*, які виконують фатичну функцію, тобто встановлюють контакт між співрозмовниками, не вимагаючи подальшого розгортання комунікації. Водночас повні формули вітання *(¡Buenos días!, ¡Buenas tardes!, ¡Buenas noches!*) зазвичай уживаються у більш формальних або шанобливих контекстах і можуть супроводжуватися звертаннями (*Señor, Señora, Don, Doña*) чи невербальними засобами, типу рукостисканням, поцілунком у щоку або обіймами. Такі засоби відіграють важливу роль у підтриманні міжособистісної близькості, адже в іспанській культурі невербальні дії мають етикетну вагу, рівнозначну словесним формулам.

Невід'ємною частиною етикетної ситуації вітання є післявітальні питання, типу *¿Qué tal?, ¿Cómo estás?, ¿Cómo te va?, ¿Qué pasa?, ¿Cómo va todo?*. Вони мають фатичний характер, адже їхнє головне завдання – не з'ясування реального стану речей, а демонстрація зацікавленості й готовності до спілкування. Окрім коротких запитань, поширені й більш розгорнуті: *¿Cómo te va la vida?, ¿Qué tal el trabajo?, ¿Cómo está la familia?, ¿Cómo anda de salud?*. Такі конструкції, особливо в усному мовленні, виконують роль емоційного містка між співрозмовниками, сприяючи зміцненню відносин взаємної довіри. Відповіді на такі запитання здебільшого є стандартними й клішованими: *Bien, gracias. ¿Y tú?, Todo bien, Ahí vamos, No me quejo.* Проте, варто зазначити, що окрім нейтральних відповідей, можливе використання більш стилістично забарвлених варіантів, а саме вигуків типу: *¡Estupendo!; ¡Fenómeno!; ¡Guay!; ¡Requetebién!;¡A tope!; ¡Pésimo!; ¡Fatal!; ¡Tremendo!*.

Як продемонструвало наше дослідження, запрошення є однією з найпоширеніших форм соціалізації серед іспаномовного населення, саме тому можна вважати, що це етикетна ситуація, яка дозволяє відслідкувати зв'язок між мовою та культурою та дослідити національну специфіку мислення та поведінки носіїв мови. Переважно іспаномовне запрошення здійснюється за допомогою виконавчих речень *(Las oraciones performativas)*, імперативу *(El imperativo)* і асертивних та питальних мовленнєвих конструкцій *(Los actos de hablas asertivos e interrogativos)*.

У результаті дослідження було виявлено, що існує велика кількість семантичних типів запрошення, проте вживання тих чи інших форм запрошення визначається головним чином тональністю спілкування комунікантів, інакше кажучи статусною рівністю або нерівністю, а також певною мірою конкретною типізованою ситуацією запрошення, кількість яких, дуже велика і різноманітна. У цьому контексті доречно виокремлювати дві основні групи етикетних формул запрошення, а саме експліцитні – прямі, чітко структуровані висловлення, у яких інтенція запросити виражена вербально й однозначно та імпліцитні, тобто висловлення, у яких інтенція

запрошення подається опосередковано, часто у формі ритуальних кліше або формул гостинності. Їхнє головне призначення – не стільки організація зустрічі, скільки вияв ввічливості, прихильності й гостинності. Найпоширенішими експліцитиними формами іспаномовного запрошення в умовах статусної нерівності є конструкції із вживанням дієслова *invitar*, яке часто вживається у поєднанні з *querer, desear, gustar* та *poder*, найчастіше у формі умовного способу дії. Варто зазначити, що в іспанській мові запрошення додому часто реалізується саме за допомогою імпліцитних моделей запрошення, загальний зміст яких зводиться до ідеї, що будинок господаря є також і будинком його гостей: *Está usted en su casa; Esta casa es suya; Aquí tiene usted su casa; Mi casa es su casa; Sabe donde tiene su casa*. Окрім цього, запрошення в контексті статусної нерівності можна класифікувати на реальні та вдавані. Перші мають прагматичну мету і спрямовані на встановлення або зміцнення соціальних зв'язків, наприклад *Le invito a la exposición, Nos gustaría contar con su presencia en la reunión*. Натомість вдавані запрошення мають формальний характер і не передбачають фактичного виконання дії: *Cuando quieras, pásese por casa, Un día de estos tiene que venir a comer con nosotros* – ці вислови виражають чемність і соціальну повагу, але не містять конкретного наміру.

У контексті запрошення в умовах симетричних відносин, експліцитні виражаються безпосередньо за допомогою дієслів *invitar, pasar, venir, quedar* тощо й чітко сигналізують про намір мовця: *Te invito a la fiesta; ¿Quedamos para cenar fuera?*. В свою чергу імпліцитні мають непрямий характер, оформлюються питальними або умовними конструкціями *¿Qué te parece si…?; ¿Por qué no vamos…?* і поєднують значення поради, пропозиції та запрошення. Таким чином, експліцитні форми націлені на пряме стимулювання до дії, тоді як імпліцитні виконують більш делікатну, консенсуальну функцію, створюючи ефект спільного прийняття рішення. Щодо особливостей оформлення запрошення в Латинській Америці, слід відмітити частотність

використання дієслівних форм на *vos* та вживання конструкції *ir+a+infinitivo* замість *Futuro Simple*.

Етикетна ситуація запрошення має досить складну будову, адже окрім питання, вона включає до свого складу ще й відповідь, тобто реакцію адресату на запрошення. Відповіддю на запрошення у розмовній мові може бути згода чи відмова, які мають дуже велику низку варіантів, вибір яких залежить від багатьох причин, насамперед це тональність спілкування комунікантів, емоційно-експресивний фактор, ступінь вираження ввічливості у відповіді та ін. Як показує проведений нами аналіз, що у випадку висловлювання згоди на запрошення найчастіше носіями використовуються конструкції: *Sí; Vale; Muy bien; De acuerdo; Fenomenal; ¡Por supuesto!* Крім цього, у розмовному мовленні серед молоді доволі розповсюдженні такі вирази, як: *¡Eso!; ¡Guay!; ¡Chachi!; ¡Aja!* Щодо відмови, ми встановили, що у розмовному мовленні вона найчастіше оформлюється за допомогою наступних конструкцій: *No, no puedo; No, no quiero* та дуже часто для пом'якшення відмови, аби форма була б ввічливішою, використовуються численні стереотипні висловлювання, як *Lo siento mucho, Lo lamento* і тд.

Наостанок, варто зазначити, що тема іспаномовних етикетних ситуацій «вітання» та «запрошення» є глобальною, охоплює велику кількість лінгвістичних аспектів та є надзвичайно перспективним напрямком для подальших досліджень.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Афанасьєв І. М. Діловий етикет. Етика ділового спілкування. Київ : Альтерпрес, 2003. 368 с.
2. Афанасьєва О. М. Прагматика ритуалізованої англомовної комунікації : дис. канд. філол. наук : 10.02.04. Київ, 2021. 610 с.
3. Афанасьєва О. М. Принципи дослідження ритуалізованих комунікативних практик. *Мовні і концептуальні картини світу*. 2015. Вип. 52. С. 46–59.
4. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики : підручник. Київ : Академія, 2004. 273 с.
5. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики : підручник. Київ : Академія, 2009. 376 с.
6. Біляк І. В. Особливості функціонування мовної гри в сучасному англомовному новинному медіатексті. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна.* Серія: Романо-германська філологія. Методика викладання іноземних мов, 2013. С. 37–42. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKhIFL_2013_74_9 (дата звернення: 11.05.2025).
7. Волкотруб Г. Й. Стилістика ділової мови : навч. посібн. Київ : МАУП, 2002. 208 с.
8. Волошина Н. М. Військовий етикет і дипломатичний протокол : навчальний посібник. Київ : ВІ КНУ ім. Тараса Шевченка, 2011. 236 с.
9. Ганич Д. І., Олійник І. С. Словник лінгвістичних термінів. Київ : Вища школа, 1985. 360 с.
10. Гнатюк Л. М. Ввічливість і мовленнєвий етикет в умовах комунікації. *Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна.* Серія: Філологія. 2013. № 17. С. 213–220.
11. Гусєва С., Ковальчук О. Лінгвокультурні особливості мовленнєвого етикету. *Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка.* 2020. № 7. С. 33–36.

12. Дерев'янко Ю. М. Етносеміотична сутність мовленнєвого етикету. *Нова філологія*. Запоріжжя : Гельветика, 2017. № 72. С. 42–48. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Novfil_2017_72_11 (дата звернення: 11.06.2025).
13. Дерев'янко Ю. М. Мовленнєвий етикет як об'єкт поліаспектного вивчення. *Мова. Література. Фольклор.* 2016. № 6. С. 60–67.
14. Довганюк К. О., Третяк Ю. Ю. Сучасні моделі оформлення етикетної ситуації «вітання» в іспанській лінгвокультурі. *Іноземна філологія у XXI столітті* : зб. тез доп. міжнар. наук.-практ. конф., м. Запоріжжя, 14 листопада 2025 р. Запоріжжя, 2025. С. 50–53.
15. Дюркгайм Е. Первісні форми релігійного життя. Київ : Юніверс, 2002. 93 с.
16. Зелінська Н. В. Культура мовлення як складова комунікативної компетенції. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2013. 83 с.
17. Касіян Г. В. Мовленнєвий етикет як форма спілкування в сучасній французькій лінгвокультурі. *Науковий вісник Чернівецького університету.*Чернівці : ЧНУ, 2013. № 625. С. 56–60.
18. Ківенко І. О. Мовленнєвий акт подяки: прагмалінгвістичний аналіз (на матеріалі англійської мови) : дис. канд. філол. наук : 10.02.04. Одеса : ОНУ ім. І. І. Мечникова, 2018. 226 с.
19. Козлова Т. О., Деревянко Ю. В. Етикетні ситуації повсякденного спілкування в англійськомовній та українськомовній культурах : монографія. Запоріжжя : Статус, 2020. 120 с.
20. Колосова І. І. Стереотипи мовного етикету в міжкультурній комунікації: когнітивно-дискурсивний аспект. Одеса : Одеський національний університет імені І. І. Мечникова, 2012. 156 с.
21. Косенко Ю. В. Основи теорії мовної комунікації : навч. посіб. Суми : Сумський державний університет, 2011. 187 с.
22. Куравська Н. Ю. Комунікативна ситуація волевиявлення в системі її складників: прагмалінгвістичний аспект. *Наукові записки Національного*

університету «Острозька академія». Серія «Філологічна». Острог : Вид-во НаУОА, 2017. Вип. 67. С. 178–181.

23. Манакін В. М. Мова і міжкультурна комунікація. Київ : ВЦ «Академія», 2012. 288 с.
24. Матушевська Н. В. Комунікативна ситуація спокуси: механізм когнітивно-прагматичної взаємодії в англомовному кінодискурсі. *Науковий Вісник ХДУ. Германістика та міжкультурна комунікація*. Харків, 2020. № 1. С. 170–176.
25. Монахов В. В. Українська мовна етика: традиції і сучасність. Київ : Центр учбової літератури, 2010.
26. Нівня Г. О. Ритуали як символічна форма соціальної комунікації : дис. канд. філ. наук. Одеса : ПНПУ імені К. Д. Ушинського, 2018. 243 с.
27. Окулова Л. О. Порівняльна характеристика понять «ввічливість» та «етикет». *Закарпатські філологічні студії*. Ужгород : Видавничий дім «Гельветика», 2020. № 35. С. 130–134.
28. Радевич-Винницький Я. Етикет і культура спілкування. Київ : Знання, 2006. 291 с.
29. Рябчук К. В. Актуалізація етикетної ситуації «День народження» в сучасних англомовних культурах : кваліфікаційна робота магістра; наук. керівник Т. О. Козлова. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2021. 56 с.
30. Селіванова О. О. Лінгвістична енциклопедія. Полтава : Довкілля-К, 2011. 836 с.
31. Соколова Н. Л. Англійський мовленнєвий етикет: традиції та сучасність. Київ : НаУКМА, 2015. 150 с.
32. Третяк Ю. Ю., Довганюк К. О. Мовленнєвий акт запрошення та його реалізація засобами іспанської мови. *Нова філологія*. Запоріжжя : Видавничий дім «Гельветика», 2025. № 98. С. 143–150. DOI https://doi.org/10.26661/2414-1135-2025-98

33. Фабіан М. П. Семантика мовного етикету: новий підхід до її вивчення. *Сучасні дослідження з іноземної філології*. Львів, 2014. № 12. С. 7–14. URL: http://nbuv.gov.ua/UjRN/Sdzif_2014_12_3 (дата звернення: 21.05.2025).
34. Федоренко О. Ф. Національно-мовні особливості англомовного етикету : кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра; наук. керівник В. І. Школяренко. Суми : Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка, 2020. 91 с.
35. Чугаєнко Ю. О. Дипломатичний і міжнародний діловий протокол та етикет. Київ : Національна академія управління, 2011. 164 с.
36. Шаповалова О. І., Майборода А. С. Мовний етикет. Мовні формули. Стандартні етикетні ситуації. *Науковий простір: актуальні питання, досягнення та інновації: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції* : зб. тез доп. міжнар. наук.-практ. конф., (Івано-Франківськ, 2 грудня 2022 р.). Івано-Франківськ, 2022. С. 75–77.
37. Шкіцька І. Ю. Особливості комунікативних ситуацій у сучасному мовленні. *Філологічний вісник*. 2014. № 12. С. 75–78.
38. Яшенкова О. В. Основи теорії мовної комунікації. Київ : ВЦ «Академія», 2010. 312 с.
39. Bradley R. A Life Less Ordinary: The Ritualization of the Domestic Sphere in Later Prehistoric Europe. *Cambridge Archaeological Journal*. 2003. № 13. P. 5–23.
40. Bravo D. La cortesía verbal en el español de España y América: diferencias y similitudes. *Revista Española de Lingüística Aplicada*. 2001. № 12. P. 39–54. URL: https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=87967 (accessed: 10.05.2025).
41. Brown P., Levinson S. Politeness: Some Universals in Language Usage. Cambridge : Cambridge University Press, 1987. 17 p.
42. Čechová D. British Royal Wedding Protocol and Etiquette. Bachelor Thesis. Prague. Masaryk University Faculty of Education. 2015. 70 p. URL:

https://is.muni.cz/th/sih8j/Royal_Wedding_Protocol_and_Etiquette_-_30.3..pdf (accessed: 10.05.2025).

43. Dumas R. Manual de etiqueta. Buenos modales, educación y protocolo. Buenos Aires : Libro Amigo, 2007. 94 c.
44. Goffman E. The Presentation of Self in Everyday Life. New York : Doubleday, 1959. P. 17–21
45. Humphrey C., Laidlaw J. The Archetypal Actions of Ritual. Cambridge : Clarendon Press, 1994. 15 p.
46. Leach E. Political systems of Highland Burma: a study of Kachin social structure. London : Athlone Press, 1970. P. 10–15.
47. Leech G. The Pragmatics of Politeness. Oxford : Oxford University Press, 2014. 343 p.
48. Placencia M. E. El lenguaje de la cortesía en español: una aproximación pragmática. Pragmática Sociocultural, 2003. P. 13–28. URL: https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2098324 (accessed: 10.05.2025).
49. Real Academia Española. (s.f.). Protocolo. En Diccionario de la lengua española (23.ª ed.). URL: https://dle.rae.es/protocolo (accessed: 10.05.2025).
50. Wierzbicka A. Different Cultures, Different Languages, Different Speech Acts: Polish vs. English. *Journal of Pragmatics*. London, 1985. № 9. P. 145–178.
51. Williams R. Culture and Society. London: Chatto & Windus, 1961. P. 33–53

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

52. REAL ACADEMIA ESPAÑOLA: Banco de datos (CORPES XXI) [en línea]. Corpus del Español del Siglo XXI (CORPES) URL: https://www.rae.es/banco-de-datos/corpes-xxi (accesed: 01.06.2025).
53. Martín Lora-Tamayo P. Obras completas. Cervantes Institute Virtual Library. URL: https://www.cervantesvirtual.com/portales/pedro_martin_lora_tamayo/ (accesed: 01.07.2025).

54. Matute A. M. Obras completas. Cervantes Institute Virtual Library. URL: https://www.cervantesvirtual.com/portales/ana_maria_matute/ (accesed: 01.07.2025).
55. Pardo Bazán E. Obra literaria completa. WisehousePublishing. URL: https://www.wisehouse-publishing.com/project/emilia-pardo-bazan-obra-literaria-completa/ (accesed: 16.07.2025).
56. Lagos C. Obras completas. Cervantes Institute Virtual Library. URL: https://cvc.cervantes.es/literatura/escritores/concha_lagos/ (accesed: 16.07.2025).

RESUMEN

El objeto del estudio son las situaciones de etiqueta «saludo» e «invitación» en la lingüística cultural española.

El objetivo consiste en el análisis lingüístico-pragmático de las situaciones de etiqueta «saludo» e «invitación» en la lingüística cultural española e identificar sus características estructurales, semánticas y funcionales.

La base teórica y metodológica: los principios fundamentales de la pragmática comunicativa, la lingüística cultural, la sociolingüística y la semiótica (F. Batsevych, O. Selivanova, Ya. Radevych-Vynnytskyi, P. Brown, S. Levinson, E. Goffman, A. Wierzbicka, entre otros).

Los resultados obtenidos: en la primera parte del trabajo se sistematizaron los fundamentos teóricos del protocolo comunicativo como sistema de signos; se precisaron los conceptos de «etiqueta», «protocolo comunicativo», «cortesía» y «ritual», y se argumentó la necesidad de su diferenciación. Se analizaron las funciones del protocolo comunicativo, sus signos universales y culturalmente específicos; se definieron las particularidades del espacio de etiqueta y los parámetros de la situación de etiqueta. Se examinó el papel de los factores sociales, pragmáticos y culturales en la formación de modelos de conducta protocolaria en el entorno lingüístico español. Asimismo, se determinó la tipología de las situaciones de etiqueta de la comunicación cotidiana y se delineó la metodología de su estudio. En la segunda parte se realizó un análisis integral de las fórmulas contemporáneas de realización de las situaciones de etiqueta «saludo» e «invitación» en la lingüística cultural española. Basándose en textos literarios de autores españoles y latinoamericanos, así como en los datos del corpus CORPES XXI (70 diálogos), se describieron los modelos lingüísticos más frecuentes de saludo e invitación, sus funciones pragmáticas, sus variedades estructurales y sus variaciones contextuales. Se estableció que las fórmulas de saludo en español cuentan con un amplio espectro de medios emocional-expresivos y muestran una tendencia marcada hacia una mayor calidez y apertura, mientras que las fórmulas de invitación se manifiestan

tanto mediante pragmática directa como indirecta, estrechamente vinculada con las normas culturales de hospitalidad, cercanía y armonía social. Se identificaron los marcadores verbales y no verbales característicos que acompañan estas situaciones de etiqueta y se describió su papel en la construcción de la interacción interpersonal. Como resultado del análisis, se definieron los parámetros culturales clave en la formación de las estrategias de etiqueta en la comunidad hispanohablante y se determinaron sus rasgos específicos en comparación con los modelos universales de comportamiento protocolario.

Palabras clave: *protocolo comunicativo, situación de etiqueta, cortesía, ritual, lingüística cultural, saludo, invitación, fórmulas de etiqueta, comunicación no verbal, pragmática comunicativa.*

Декларація
академічної доброчесності
здобувача ступеня вищої освіти ЗНУ

Я, Довганюк Ксенія Олегівна, студент(ка) 2 курсу, форми навчання денної факультету іноземної філології, спеціальність 035 Філологія, адреса електронної пошти missksy17@gmail.com@gmail.com,
- підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота на тему «**Етикетні ситуації «вітання» та «запрошення» в іспанській лінгвокультурі»** відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, що визначені у ст. 42 Закону України «Про освіту», зі змістом яких ознайомлений/ознайомлена;
- заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є ідентичною її друкованій версії;
- згоден/згодна на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям академічної доброчесності у будь-який спосіб, у тому числі за допомогою Інтернет-системи, а також на архівування моєї роботи в базі даних цієї системи.

Дата _____ Підпис_____ ПІБ (студент)_____